

Санкт-Петербургский государственный университет

БЫКОВА Анастасия Артемовна

Выпускная квалификационная работа

**ЭКОНОМИКО-СТАТИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ОСОБЕННОСТЕЙ
ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ РЫНКА ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА В РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ**

Направление 38.03.01 «Экономика»

Основная образовательная программа бакалавриата «Экономика»

Математические и статистические методы в экономике

Научный руководитель: к.э.н.,
доцент КОЛЫЧЕВА Валерия Андреевна

Рецензент: руководитель проектов,
ООО «Медиагруппа»
ВОРОНОВ Дмитрий Игоревич

Санкт-Петербург

2019

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	3
Глава 1 Рынок туризма как предмет экономико-статистического исследования	5
1.1 Обзор рынка мирового туризма	15
1.2 Въездной туризм как социально-экономическая система	5
1.3 Система статистического учета в туризме	10
1.4 Теоретико-методологические подходы к анализу рынка въездного туризма различных стран мира	13
Выводы к Главе 1	18
Глава 2 Статистическое исследование рынка въездного туризма России	20
2.1 Тенденции и особенности туристической отрасли в Российской Федерации	20
2.2 Динамика и структура рынка въездного туризма России	24
2.3 Макроэкономическое влияние рынка туризма на экономику России	31
2.4 Влияние рынка въездного туризма на платежный баланс России	37
Выводы к Главе 2	39
Глава 3 Эконометрическое моделирование рынка въездного туризма России	42
3.1 Моделирование спроса на въездной туризм в России	42
3.2 Кластерный анализ рынка въездного туризма России	50
Выводы к Главе 3	56
Заключение	58
Список использованных источников	61
Приложения	64

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы: в 2018 году индустрия туризма принесла 10% мирового ВВП, внесла значительный вклад в общую занятость в мире и в мировой экспорт. Увеличение спроса на туристские услуги обусловлено следующими факторами: доступность путешествий для широких масс, возрастающая потребность в получении новых знаний и впечатлений, необходимость в снижении эмоциональной нагрузки от работы.

Туристский рынок Российской Федерации имеет богатый потенциал, но в настоящий момент не расценивается в мире как перспективное туристическое направление по причине недостаточной развитости инфраструктуры, сложного процесса получения визы и неконкурентоспособным показателям по безопасности на мировой арене. После проведения Олимпиады в Сочи в 2014 году и Чемпионата Мира по футболу в 2018 году отношение иностранных туристов к России значительно изменилось в положительную сторону. И на данный момент страна имеет весомые шансы на достижение стратегических целей в рамках реализации мероприятий на рынке въездного туризма.

Объект исследования: рынок въездного туризма Российской Федерации и процессы экономической деятельности, влияющие на его развитие.

Предмет рассмотрения: статистические показатели рынка туризма в Российской Федерации.

Цель разработки: комплексный экономико-статистический анализ рынка въездного туризма Российской Федерации.

Для реализации цели необходимо решить следующие задачи:

- исследовать теоретические основы функционирования рынка въездного туризма;
- рассмотреть основы сбора статистических данных в туристской отрасли;
- провести обзор теоретико-методологических подходов к анализу рынка въездного туризма;
- провести обзор мирового рынка туризма;
- проанализировать тенденции рынка въездного туризма Российской Федерации;
- провести анализ динамики и структуры рынка въездного туризма в России;
- Оценить основные макроэкономические показатели рынка туризма России;

- оценить показатели туристской отрасли в системе платежного баланса России;
- провести моделирование спроса на въездной туризм в России;
- осуществить кластерный анализ рынка въездного туризма в России.

Теоретической и методологической базой работы послужили исследования ученых в области статистического анализа, эконометрики, макроэкономики и туризма, методология статистики туризма ЮНВТО, Росстата. Нормативно-правовая база для исследования являлись: Федеральный закон от 24.11.1996 № 132-ФЗ (ред. от 04.06.2018) «Об основаниях туристской деятельности в Российской Федерации», Распоряжение Правительства Российской Федерации от 31 мая 2014 г. №941-р «Об утверждении Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года», Распоряжение Правительства Российской Федерации от 5 мая 2018 г. №872-р «Об утверждении Концепции федеральной целевой программы “Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019 – 2025 годы)”».

Информационная база работы состоит из данных Росстата о показателях туризма; Единой межведомственной информационно-статистической системы о показателях въездного туризма в России; Центрального банка России о состоянии курса валют; Министерства Культуры РФ об объектах культурного наследия; Олимпийского комитета России о спортивных мероприятиях в России; Всемирного Банка о макроэкономических показателях стран мира, показателях безработицы, площади территории; ЮНЕСКО об объектах культурного наследия; ЮНВТО о показателях туризма в мире; исследовательского агентства Heritage об индексе экономической свободы; статистических бюро различных стран мира о туризме и показателях безработицы.

Уникальность работы состоит в наличии расчета мультипликатора туризма в ВНД и занятости в 2017 годом, моделировании спроса на въездной туризм в 2017 году, кластеризации субъектов в зависимости от их туристического предложения в 2016 годом.

Практическая значимость работы состоит в том, что полученные результаты могут быть применены субъектами рынка для построения стратегий на рынке туристских услуг.

Структура работы: данная работа содержит введение; 3 главы: первая глава состоит из 4 параграфов, вторая глава – из 4, третья глава – из 2; заключение; список из 49 использованных источников; 4 приложения; 25 рисунков и 7 таблиц.

ГЛАВА 1 РЫНОК ТУРИЗМА КАК ПРЕДМЕТ ЭКОНОМИКО-СТАТИСТИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

В рамках данной главы рассмотрены теоретические основы туризма как социально-экономической системы, представлены особенности статистического учета в туризме, разобраны основные исследования о статистическом анализе въездных туристских потоков мира и проведен обзор мирового рынка туризма.

1.1 Въездной туризм как социально-экономическая система

Для исследования функционирования рынка туризма необходим обзор теоретических основ туризма и его социально-экономических характеристик. Понятие туризма базируется на понятии путешествия. Путешествием является передвижение между различными географическими локациями с любой целью любой длительности. Путешествия классифицируются следующим образом:

- внутренние путешествия – путешествия резидентов внутри страны их резиденции;
- въездные путешествия – путешествия нерезидентов в стране не их резиденции;
- выездные путешествия – путешествия резидентов вне страны их резиденции.

Посетитель страны – путешественник, совершающий поездку сроком меньше года с любой целью, кроме устройства на работу. Туризм – деятельность, которой занимаются посетители страны. Посетитель страны классифицируется как турист в случае, если поездка предполагает расположение в стране назначения более чем на ночь.

В туристской индустрии выделяется три формы туризма:

- внутренний туризм – деятельность, осуществляемая туристами-резидентами внутри страны их резиденции;
- въездной туризм – деятельность, осуществляемая туристами-нерезидентами данной страны;
- выездной туризм – деятельность, осуществляемая туристами-резидентами в другой стране.

В рамках данной работы объектом исследования является рынок въездного туризма России.

Также существует иная классификация по формам туризма:

- туризм в пределах страны (внутренний туризм) – туризм, осуществляемый резидентами и нерезидентами внутри данной страны;

- национальный туризм – туризм, осуществляемый резидентами страны внутри и вне страны резиденции.
- международный туризм – туризм, осуществляемый нерезидентами страны в этой стране.¹

Туристский продукт – комплекс услуг по перевозке и размещению, оказываемых за общую цену по договору о реализации туристского продукта². В туристский продукт входят туры, туристско-экскурсионные услуги и товары туристско-сувенирного назначения. Туры, объединенные по цели, включают в себя:

- познавательный или культурно-развлекательный: ознакомление с историческими, архитектурными и культурными аспектами при посещении архитектурных памятников, музеев, исторических достопримечательностей;
- этнический;
- спортивный: активный (занятие каким-либо видом спорта) и пассивный (наблюдение за спортивными мероприятиями);
- приключенческий: приключенческий спорт (скалолазание, водные лыжи, виндсерфинг, подводное плавание и прочее), приключенческие путешествия (туризм в сложных географических или природных условиях, например, в Сахаре, Гималаях, на Амазонке);
- деловой: установление или поддержание контактов с деловыми партнерами;
- рекреационный: восстановление физических и душевных сил;
- лечебно-оздоровительный: лечение различных заболеваний;
- сельский: проживание в лагерях или небольших поселках в контакте с природой;
- экологический: туризм с целью поддержания экологического равновесия в природе;
- религиозный: паломничество и экскурсионные туры;
- учебный и образовательный: повышение квалификации,
- экзотический туризм: ознакомление с климатом, национальными обычаями и кухней);
- транзитный: остановки на пути следования к дестинации;

¹ UNWTO International Recommendations for Tourism Statistics 2008 / United Nations and World Tourism Organization. – New York: United Nations, 2010. – P. 15.

² Федеральный закон от 24.11.1996 № 132-ФЗ (ред. от 04.06.2018) «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» // СПС КонсультантПлюс.

- космический: полеты в космос или на околоземную орбиту;
- событийный: основная цель поездки приурочена к какому-либо событию (фестивали, шоу, выставки и прочее);
- научный: участие в археологических раскопках, исследование миграций и изменений животного мира, экспедиционные научные туры.³

В состав туристских услуг в соответствии с требованиями Росстата входят:

- услуги туроператоров по формированию и реализации пакетного тура, который представляет собой комплекс услуг по питанию, экскурсионным услугами, услугам гидов-переводчиков и прочих услуг в зависимости от целей путешествия;
- услуги турагентов по реализации пакетного тура;
- услуги по экскурсионному обслуживанию – услуги по организации поездок с познавательными целями без остановки на ночь в средствах коллективного размещения;
- услуги объектов туриндустрии по обслуживанию туристов, которые оплачиваются в пакетном туре⁴.

Товарами туристско-сувенирного назначения являются сувениры, снаряжение, товары туристического ассортимента, потребительские товары.

Туристский рынок определяется как система экономических взаимосвязей и показателей, в которой осуществляется обмен туристских услуг на деньги и, наоборот, обмен денег на туристские услуги. Туристский рынок действует по принципу уравнивания спроса и предложения туристических продуктов. Туристский спрос отражает объем туристического потока или другие характеристики туристического потока. Таким образом, показатели туристского спроса представлены в натуральном, а не в стоимостном выражении, что противоречит положению о том, что спрос является экономической категорией, которая сопоставляется с показателем предложения. Для определения спроса также можно использовать объем и структуру туристских расходов, которые представлены в стоимостном выражении. Туристское предложение определяется с помощью системы показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов, которые производят туристские услуги: номерной фонд средств коллективного

³ UNWTO International Recommendations for Tourism Statistics 2008 / United Nations and World Tourism Organization. – New York: United Nations, 2010. – P. 17.

⁴ Приказ Росстата от 29.09.2017 №643 «Об утверждении официальной статистической методологии формирования официальной статистической информации об объеме платных услуг населению в разрезе видов услуг» // СПС КонсультантПлюс.

размещения; численность работников туристической индустрии; затраты, связанные с производством и реализацией туристских услуг и прочие показатели.

Туризм в рамках макроэкономики рассматривается через параметры: туристский экспорт и туристский импорт. Туристский экспорт – вывоз из страны туристических впечатлений, сопровождающийся ввозом туристом денег в страну⁵. Туристский импорт – ввоз в страну туристических впечатлений, сопровождающийся вывозом туристом средств из страны⁶. В данных случаях под впечатлениями подразумевается образ в сознании человека после происхождения событий, воздействия людей. Таким образом, денежные средства, которые расходуют турист на территории РФ, входят в состав импорта для экономики страны, резидентом которой является турист, и являются экспортом для РФ.

При сборе статистических данных на рынке туризма рассчитывается валовая добавленная стоимость, создаваемая непосредственно в туризме. Непосредственно в туризме осуществляется выпуск и потребление следующих товаров и услуг: проживание в месте размещения, транспорт, достопримечательности и т.д. Помимо ВДС (Валовая Добавленная Стоимость) непосредственно в туризме существует показатель «ВДС, создаваемая в отраслях туризма». ВДС в отраслях туризма образуется из-за косвенного и стимулированного влияния сферы туризма на экономику (рис. 1).⁷ Косвенным доходом считается доход, образованный в результате развития коммерческой активности на почве туристической деятельности (к примеру, оплата музеями продовольствия для персонала, страхование имущества хостелами и прочее). Стимулированным доходом является доход, состоящий из заработной платы работников туристической отрасли и прибыли, полученной от туристической деятельности. Повышение доходов от туристической деятельности и развитие производства туристических товаров способствует увеличению мультипликационного эффекта от туристического дохода. Мультипликатор отражает количество раз, которое денежные средства, потраченные туристами в стране, были потрачены.

⁵ Балабанов А. И., Балабанов И. Т. Внешнеэкономические связи / А.И. Балабанов, И.Т. Балабанов. - М.: Финансы и статистика, 2000. — С. 87.

⁶ Там же. С. 87.

⁷ Александрова А. Ю. Статистика туризма / А.Ю. Александрова // – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – С. 209.

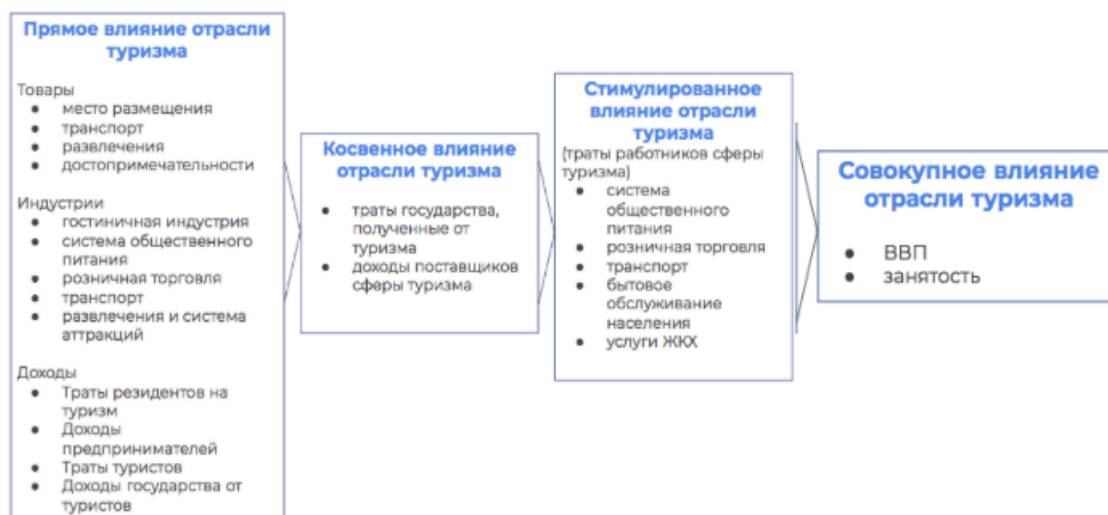


Рисунок 1 Схема влияния отрасли туризма на экономику стран мира.
Составлено по: Вспомогательный счет туризма: рекомендуемая методологическая основа, 2008 г. Серия F. №80 / ООН. – Париж: изд-е ООН, 2010. – Р. 49-60.

Эффект мультипликатора в туристской деятельности можно описать примером. Семья туристов из Китая приобрела пакетный тур у российского туроператора для путешествия в Санкт-Петербург. Денежный поток средств туристов, потраченный на приобретение тура оказывает прямое влияние на экономику страны. Туроператор оплачивает налог с прибыли от продажи тура туристам из Китая, доход Санкт-Петербурга от налога с прибыли является результатом косвенного влияния туризма на экономику. Прибыль, которую туроператор тратит на развитие своей деятельности, приобретая товары и услуги своих контрагентов, так же является результатом косвенного влияния туризма. Контрагенты туроператора выплачивают заработную плату своим сотрудникам; средства, которые сотрудники контрагентов тратят на собственную жизнедеятельность являются результатом стимулированного влияния туризма. Если траты работников направляются не в экономику страны, а на потребление продуктов туризма других стран, то денежные средства обратно экспортируются из страны. Таким образом, образуется мультипликационное влияние туристической отрасли на экономику страны. Чем выше доля дохода сотрудников, потраченная в пределах экономики страны, тем выше значение мультипликатора. Одной из функций политики импортозамещения является удержание дохода от туризма внутри страны.

Развитие туристского рынка страны приводит к таким позитивным эффектам, как увеличение количества рабочих мест, инвестиций и налоговых поступлений, повышение качества транспортного сообщения и государственных услуг и развитие культурной сферы.

1.2 Система статистического учета в туризме

Сбор статистических данных туризма необходим государствам для определения воздействия туристической отрасли на экономику в целом, на платежный баланс страны и на количество рабочих мест в стране. Данные по туристической отрасли собираются на федеральном, региональном и местном уровне. Статистические данные сферы туризма в странах мира собираются несколькими органами: национальной администрацией туризма, национальными статистическими органами, центральным банком, органами пограничного контроля и другими учреждениями. Туристические организации занимаются сбором статистической информации с целью выявления трендов отрасли туризма и прогнозирования туристических тенденций в будущем.

Статистической комиссией ООН разработана методология сбора данных о туристической отрасли для всех стран. IRTS-2008 и «Вспомогательный счет туризма: рекомендуемая методологическая основа» (2008) являются основой международных стандартов статистики туризма. ЮНВТО является учреждением, ответственным за развитие статистики туризма во всем мире. Также важную роль в развитии статистики туризма играют ОЭСР и Евростат.

В Российской Федерации сбор статистических данных в сфере туризма регламентируется Приказом Росстата от 12.08.2014 №510 «Об утверждении Официальной статистической методологии оценки числа въездных и выездных туристских поездок». Данная методология базируется на рекомендациях по статистике туризма ЮНВТО. Сбор статистики туризма организован на нескольких уровнях и имеет иерархическую структуру: на федеральном уровне – Росстат, в субъектах – территориальные органы государственной статистики, на муниципальном уровне – местные отделы статистики. Наряду с Росстатом сбором статистических данных рынка туризма занимается Центральный банк РФ, для которого необходимы данные для составления платежного баланса, и Федеральная служба безопасности, составляющая таможенную статистику. Также статистикой в РФ занимается Министерство культуры РФ и Федеральное агентство по туризму (Ростуризм).

В статистике туризма в соответствии с IRTS-2008 туризмом является деятельность, осуществляемая посетителями страны.

Основной целью статистики туризма является отделение туристов от других путешественников, целью которых является работа, паломничество или другое, так как их деятельность не оказывает влияние на туристскую индустрию. Основными параметрами в статистике туризма являются следующие:

- экономическая территория страны посещения;
- резиденция: страна проживания, место постоянного проживания;
- гражданство и национальность;
- туристические поездки и посещения;
- туризм и получение работы в стране посещения.

Статистика въездного туризма рассматривает категории посетителей, целью визита страны для которых служат следующие:

- бизнес;
- отпуск, каникулы, досуг;
- посещение друзей и родственников;
- здоровье и медицинское обслуживание;
- религия;
- шоппинг;
- транзит;
- другое⁸.

В мире существует 2 метода, в соответствии с которыми ведется учет объема въездных потоков иностранных туристов: в рамках первого метода рассчитывается показатель количества иностранных посетителей, пересекающих границу государства, и фиксируется органами пограничного контроля; второй метод подразумевает учет иностранных туристов, зарегистрированных в средствах коллективного размещения⁹.

ЮНВТО рекомендует собирать качественные характеристики въезжающих туристов для повышения уровня туризма в стране. Персональные данные въезжающих туристов собираются с помощью карточек въезда/выезда, бланков в местах размещения и пограничных исследований (Приложение 2). Персональные данные, которые учитываются в статистике туризма, содержат следующие пункты:

- пол;
- возраст;
- статус экономической активности;
- род занятий;

⁸ UNWTO International Recommendations for Tourism Statistics 2008 / United Nations and World Tourism Organization. – New York: United Nations, 2010. – P. 17.

⁹ Система статистического учета въездных туристов: барьеры развития отрасли / Аналитический центр при Правительстве Российской Федерации. – Москва: Аналитический центр при Правительстве Российской Федерации, 2017. – С. 6.

- ежегодный доход;
- образование.

Также производится сбор данных о характере поездки:

- главная цель;
- длительность поездки;
- направления;
- виды транспорта;
- места размещения;
- вид туризма.

В рамках статистики туризма ведется сбор данных о показателе туристских расходов, которые определяются как сумма, потраченная на приобретение товаров и услуг для личного пользования или передачи другим лицам в рамках туристической поездки¹⁰. В соответствии с рекомендациями ЮНВТО туристские расходы необходимо классифицировать как расходы на:

- 1) туристический пакет услуг;
- 2) места размещения;
- 3) питание и напитки;
- 4) транспорт местный и международный;
- 5) туристские аттракции (например, тематические парки, природные ресурсы, культурные события);
- 6) шоппинг и прочее.¹¹

В России предусмотрен сбор статистической информации по блокам:

- деятельность коллективных средства размещения (далее – КСР);
- деятельность туристских фирм;
- объемы услуг, оказанных населению в сфере туризма;
- число въездных и выездных туристических поездок;
- индексы цен на отдельные виды услуг в области туризма;
- о вводе в действие объектов туризма;

¹⁰ UNWTO International Recommendations for Tourism Statistics 2008 / United Nations and World Tourism Organization. – New York: United Nations, 2010. – P. 31.

¹¹ Там же. С. 34.

- о других показателях, характеризующих инфраструктуру в сфере туристской индустрии (междугородний и международный транспорт, объекты культуры).¹²

Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019 – 2025)» выделяет необходимость сбора следующих статистических показателей:

- 1) численность иностранных граждан, размещённых в КСР;
- 2) численность работников в КСР;
- 3) объем платных туристских услуг.

На данный момент статистика туризма в России находится на стадии становления и требует дополнительной проработки правил учета. Существует недостаток данных, позволяющих оценить показатели, формирующие спрос на туризм. Такие данные собираются с помощью дополнительных качественных и количественных исследований въездных туристов. Также в рамках регионального туризма собираются данные только о количестве иностранных туристов, размещенных в КСР, что не позволяет в полной мере оценить эффективность и перспективы развития туризма в регионах.

1.3 Теоретико-методологические подходы к анализу рынка въездного туризма различных стран мира

Существует множество научных публикаций, посвященных анализу въездных туристических потоков, в которых рассматриваются различные методы, оцениваемые показатели, виды туризма и исследуемые страны. Самыми популярными методами анализа рынка въездного туризма являются анализ временных рядов въездных туристических потоков и эконометрическое моделирование спроса на въездной туризм. Современные ученые исследуют различные вариации моделей спроса на туризм.

В работе Frechtling (1996) была разработана категоризация драйверов спроса туристского рынка:

- 1) подталкивающие - факторы, которые характеризуют рынок страны происхождения туристов: численность населения, ВВП, распределение доходов, возраста, образования, время на отдых, состав семьи;

¹² Приказ Росстата от 12.08.2014 №510 «Об утверждении Официальной статистической методологии оценки числа въездных и выездных туристских поездок» // СПС КонсультантПлюс.

- 2) притягивающие - факторы, характеризующие рынок туристской дестинации: существование друзей или родственников там, климатические факторы, социальные и культурные связи, маркетинг туризма, специальные мероприятия;
- 3) отталкивающие - факторы, которые накладывают ограничения на туристский спрос: цены, позиции конкурентов, расстояние, время путешествия, туристское предложение, визовые правила, терроризм, преступность, катастрофы¹³.

Показатель спроса на въездной туризм может представлять собой: количество въезжающих иностранных туристов, объем расходов туристов, туристский экспорт и туристский импорт и длительность пребывания туриста в стране (Lim, 1997)¹⁴.

В соответствии с работой Li (2005) с 1960 по 2002 годы было опубликовано 420 исследований, посвященных моделированию и прогнозированию спроса на туризм. С 2007 по 2015 год - 171 статья на данную тему¹⁵. Например, согласно исследованию Song и Witt (2000) модель оценки спроса на туризм должна иметь лог-линейную спецификацию и оцениваться по методу наименьших квадратов, значимыми переменными, влияющими на спрос, являются ВНД, уровень цен в стране и эластичность цен¹⁶.

В работе Li и Wu (2007) для моделирования спроса на туристские товары использовалась динамическая система регрессионных уравнений, которая была построена на основе данных о туризме в Гонконге с 1984 по 2006 гг. Зависимые переменные: показатели по шоппину, стоимость проживания, питание и пр., независимые факторы не менялись для каждого уравнения и соответствовали стандартному набору независимых факторов в моделях оценки спроса на туризм. В результате работы были выявлены особенности спроса на туристский продукт для различных групп потребителей туристического продукта в Гонконге.

В диссертационной работе на соискание ученой степени кандидата экономических наук И. В. Бухтояровой 2005 года была разработана методика комплексного статистического анализа показателей статистики рынка туристских услуг России на основании методологических рекомендаций ЮНВТО и опыта стран мира. В данной работе подтверждено 3 гипотезы, выдвинутых диссертантом:

¹³ Frechtling D. C. Practical tourism forecasting / D. C. Fretchtling. – Oxford: Butterworth-Heinneman, 1996. – P. 10.

¹⁴ Lim C. An econometric classification and review of international tourism demand models / C. Lim // Tourism Economics Vol. 3. – 1997, - P. 69-81.

¹⁵ Wu P., Song H., Shen S. New developments in tourism and hotel demand modeling and forecasting / P. Wu, H. Song, S. Shen // Journal of Hospitality and Tourism Technology. – 2017, Vol. 29 Issue: 1. – P. 508.

¹⁶ Song H., Witt S. F. Tourism Demand Modelling and Forecasting: Modern Econometris Approaches / H. Song, S. F. Witt. – Cambridge: Pergamon, 2000. – P. 164.

- 1) неполная реализация потенциала туризма Россией;
- 2) сезонность туризма (наиболее высокие показатели с мая по сентябрь);
- 3) региональная дифференциация туризма (существует 3 кластера в зависимости от развития туристской индустрии).¹⁷

Эконометрическое моделирование спроса на туризм в России было исследовано в работе Algieri (2006). В работе проведен анализ показателя объем туристских услуг с 1993 по 2002 гг. В результате исследования была построена VAR модель и выявлено, что существует долгосрочная коинтеграция между средним объемом средств, затрачиваемых туристами, мировым ВВП, обменным курсом и стоимостью перелета на самолете до России.¹⁸

В 2011 году Беднова и Ратникова опубликовали работу, посвященную эконометрическому моделированию спроса на въездной туризм в России. В рамках исследования была построена панельная регрессия на основе данных 2000-2009 гг. В результате исследования было выявлено влияние на спрос на туризм следующих факторов: ВВП страны резиденции, лаговая переменная въездных потоков, обменный курс, стоимость места размещения, стоимость авиабилетов и фиктивных переменных, отражающих наличие шоков.¹⁹ В работе Su, Lin (2014) было проведено моделирование панельной регрессии, как в работе Бедновой и Ратниковой, но с учетом эффектов, связанных с количеством объектов культурного наследия²⁰.

Популярным является использование модели общей авторегрессионной условной гетероскедастичности. Данная модель позволяет оценить влияния внешних шоков, таких как изменение обменного курса валют²¹.

1.4 Обзор рынка мирового туризма

Туризм обеспечивает глобальное экономическое развитие, стимулирует приток средств в экономику и создает рабочие места по всему миру. В 2017 году объем

¹⁷ Бухтоярова И. В. Статистический анализ рынка туристских услуг в России / И. В. Бухтоярова. – М.: Московский государственный университет экономики, статистики и информатики, 2003. – С. 153 – 154.

¹⁸ Algieri B. An econometric estimation of the demand for tourism: the case of Russia / B. Algieri // *Tourism Economics*. – 2006, №12. – P. 5–20.

¹⁹ Беднова М. А., Ратникова Т. А. Эконометрический анализ спроса на въездной туризм в России / М. А. Беднова, Т. А. Ратникова // *Прикладная эконометрика*. – 2011, №1 (21). – С. 97-117.

²⁰ Su Y.-W., Lin H.-L. Analysis of International tourist arrivals worldwide: The role of heritage sites / Y.-W. Su, H.-L. Lin // *Tourism Managemt.* – 2014, Vol. 40. – P. 46-58.

²¹ Tang J., Sriboonchitta S., Ramos V., Wong W. Modelling dependence between tourism demand and exchange rate using the copula-based GARCH model / J. Tang, S. Sriboonchitta, V. Ramos, W. Wong // *Current Issues of Tourism*. – 2016, Vol. 19 №9. – P. 876-894.

индустрии туризма насчитывал 8 триллионов долларов США, что составило 10,4% в мировом ВВП²². Индустрия туризма предоставляет более 313 миллионов рабочих мест во всем мире (9,9% от количества рабочих мест в мире)²³. Исследование World Tourism Barometer показывают, что в среднем каждые 30 туристов создают одно рабочее место.

Также в 2017 году данная индустрия принесла 1,6 триллионов долларов США в экспорте, что составляет 7% от мирового экспорта и 30% от мирового экспорта услуг. В 2017 году рынок мирового туризма составил 4,5% от мировых инвестиций, что эквивалентно 882 миллиардам долларов США.³

По данным World Tourism Barometer в 2017 году объем рынка въездного туризма в натуральном выражении составил 1,3 миллиарда человек (рис. 2). К 2030 ожидается рост рынка до 1,8 миллиардов человек, таким образом, среднегодовой темп роста рынка будет составлять 3%. За 2017 год количество въезжающих туристов увеличилось на 7%, что представляет собой наибольший годовой прирост с 2009 года, года мирового экономического кризиса (рис. 3)¹. Такие результаты были обусловлены устойчивым спросом на туристические поездки во всех странах мира. Спрос подпитывался глобальным экономическим ростом: прирост мирового ВВП за 2017 год составил 6,3%²⁴.

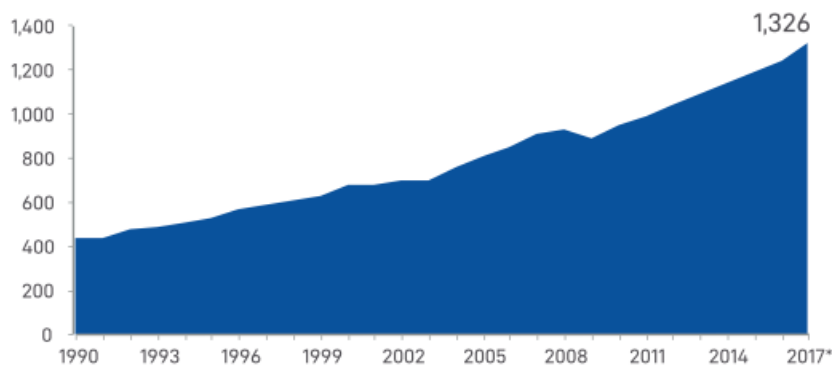


Рисунок 2 Динамика объема рынка въездного рынка туризма в натуральном выражении, млн человек

Источник: URL: <http://www2.unwto.org> (Дата обращения: 20.11.2018).

²² URL: <https://www.wttc.org> (Дата обращения: 20.11.2018)

²³ URL: <http://www2.unwto.org> (Дата обращения: 20.11.2018)

²⁴ URL: <https://data.worldbank.org> (Дата обращения 30.11.2018)

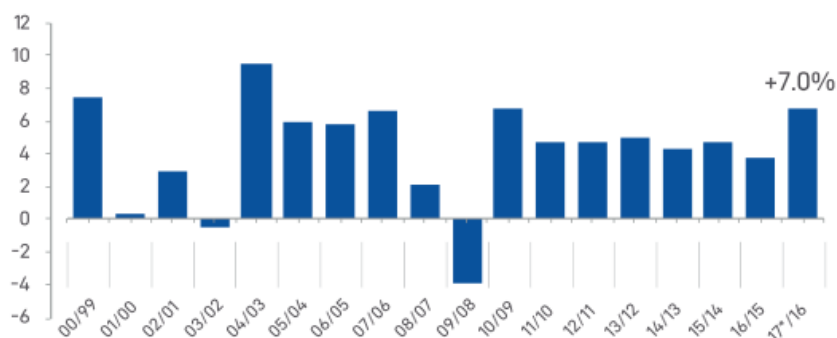


Рисунок 3 Динамика объема рынка въездного туризма в натуральном выражении, изменение (%)

Источник: URL: <http://www2.unwto.org> (Дата обращения: 20.11.2018).

По данным на 2017 год большая часть (53%) туристов по всему миру совершает поездки в личных целях, 27% занимаются туризмом для посещения родных и друзей, 13% - с бизнес-целями.²⁵

По данным ЮНВТО с точки зрения туристического экспорта в мире лидируют США, Испания, Германия, Великобритания, Франция (рис. 4). В туристическом импорте первые места в мире занимают Китай, США, Германия, Великобритания, Франция (рис. 5).²⁶

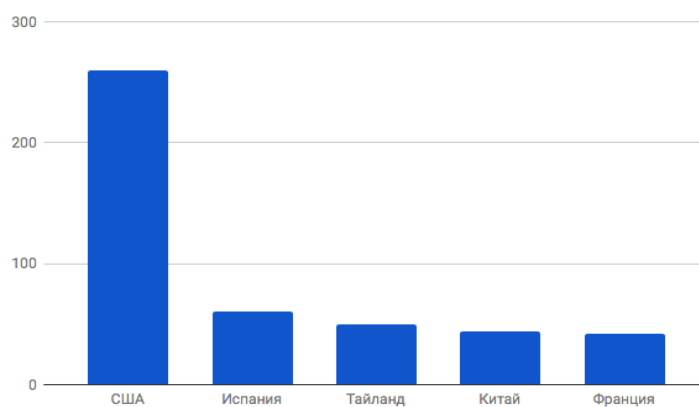


Рисунок 4 Туристский экспорт, млрд долл. США

Источник: URL: <http://www2.unwto.org> (Дата обращения: 20.11.2018).

²⁵ UNWTO Tourism Highlights: 2018 Edition / World Tourism Organization. – Madrid: UNWTO, 2018. - P.3.

²⁶ Там же. P.8.

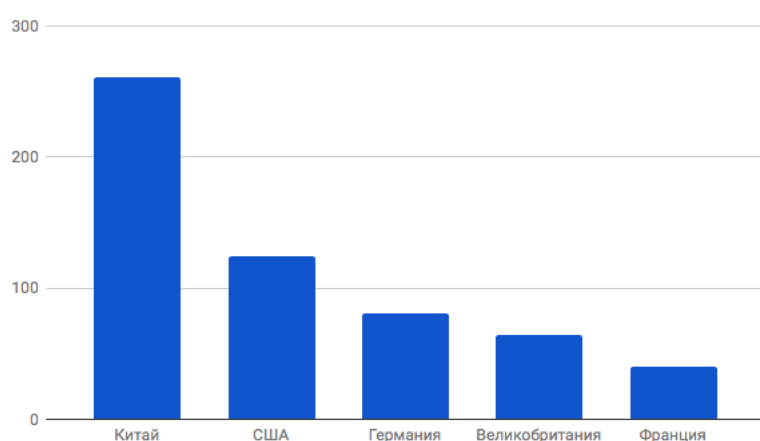


Рисунок 5 Туристский импорт, млрд долл. США

Источник: URL: <http://www2.unwto.org> (Дата обращения: 20.11.2018).

Таким образом, самой богатой на въездных туристов страной является США, а самой путешествующей вне своих пределов страной выступает Китай.

Выводы к Главе 1

Туризм реализуется в виде услуг туроператоров, турагентов, объектов туриндустрии, по экскурсионному обслуживанию. В рамках данной работы рассматривается въездной туризм, который определяется как туризм в пределах государства туристов, не являющихся резидентами этого государства.

Рынок туризма функционирует по принципу уравнивания спроса и предложения. Спрос на рынке туризма определяется объемом туристического потока или объемом туристских расходов. Предложение - с помощью показателей, оценивающих деятельность хозяйствующих субъектов туристской индустрии.

Туризм оказывает значительное влияние на макроэкономические показатели. Существуют понятия туристского экспорта и туристского импорта. Туризм оказывает влияние на экономику страны: прямое, косвенное и стимулированное. Косвенное влияние образуется в результате развития коммерческой активности на почве туристической деятельности; стимулированное влияние оказывают работники туристической отрасли и прибыль, полученная от туристической деятельности, при расходовании средств. Так реализуется эффект мультипликатора в туризме. Мультипликатор отражает количество раз, которое денежные средства, потраченные туристами в стране, были потрачены.

Статистика туризма организована с целью выявления тенденций туристской индустрии и прогнозирования показателей туристской индустрии. Документом, регламентирующим подавляющую долю статистических организаций в туризме, является IRTS-2008, разработанный ООН и ЮНВТО. В России осуществляется сбор

статистической информации о туризме по нескольким блокам: деятельность КСР, турфирм, объем платных туристских услуг, количество въездных и выездных поездок, индексы цен на услуги в туризме, данные о вводе объектов туризма и другие данные. На данный момент в России в рамках Стратегии «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации на период с 2014 по 2020» запланировано улучшение статистического учета в области туризма с целью устранения недостатка данных, в том числе по отдельным регионам.

Научные публикации в области экономико-статистического анализа въездного туризма, в основном, посвящены моделированию спроса на туристском рынке. Самыми популярными методами эконометрического моделирования являются метод наименьших квадратов для логистической спецификации модели или для панельной регрессии, использование VAR моделей и моделей GARCH. Существует ряд работ, в которых доказано, что предложение на рынке туризма является совершенно эластичным.

Мировой рынок туризма приносит десятую часть мирового ВВП. Он стремительно растет и развививается, стимулируя рост экономик стран мира и создавая рабочие места.

ГЛАВА 2 СТАТИСТИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА РОССИИ

На данном этапе исследование будет рассмотрена туристская индустрия в России, проанализирована динамика и структура въездных туристских потоков и объема туристских услуг, осуществлен анализ макроэкономического влияния туризма в России и влияния въездного туризма на платежный баланс страны.

2.1 Тенденции и особенности туристической отрасли в Российской Федерации

Туризм приобретает более весомое значение как стратегический сектор для российской экономики, являясь одной из наиболее перспективных областей при ориентации на снижение зависимости национальной экономики от нефти и газа. По данным Ростуризма на 2017 год туризм составляет 3,4% ВВП России, оказывая влияние на 53 смежных отрасли, вследствие чего при появлении одного рабочего места в туризме создается 5 рабочих мест в смежных отраслях²⁷. В последнее десятилетие экономика России претерпела многочисленные изменения, которые вызвали тенденцию к более заметной роли сектора услуг, в том числе туристских услуг.

В начале 2000-х годов индустрия российского туризма пережила впечатляющий рост, так как после распада СССР увеличился приток иностранных туристов. Наблюдался устойчивый рост въездного и выездного туризма. По данным ЮНВТО в 2012 году Россия вошла в топ 10 стран по объему потока иностранных туристов. Переломным моментом в развитии туризма в России оказался 2014 год в связи с проведением Олимпийских зимних игр и Паралимпийских зимних игр в Сочи: с 2015 года среднегодовой темп прироста потока иностранных туристов составляет 13%, тогда как до 2014 данный показатель составлял 5%²⁸. Далее с целью улучшения имиджа России как туристической дестинации был проведен ряд спортивных мероприятий: Кубок конфедераций FIFA в 2017 году, чемпионат мира по футболу FIFA в 2018 году и Всемирная зимняя универсиада в 2019 году.

В 2017 году по данным отчета Мирового Экономического Форума Российская Федерация заняла 43 место в рейтинге конкурентоспособности в туризме среди 136 стран

²⁷ Распоряжение Правительства Российской Федерации от 5 мая 2018 г. №872-р «Об утверждении Концепции федеральной целевой программы “Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019 – 2025 годы)”» // СПС КонсультантПлюс.

²⁸ URL: <http://www.gks.ru/> (Дата обращения: 20.11.2018).

с показателем индекса 4.2 из 7. В рейтинге 4.2 набрали Эстония, Коста-Рика, Чехия, Индия, Словения и Индонезия. Данный индекс состоит из четырех субиндексов: политика и условия для туризма, инфраструктура, природные и культурные ресурсы, благоприятность условий в различных сферах (бизнес, безопасность, медицина и т.д). Наилучшие показатели у России в сфере медицины (5 место), в ценах на туристические продукты (11 место), инфраструктура аэропортов (22 место), культурные ресурсы и бизнес путешествия (25 место). Наихудшими показателями стали международная открытость для туризма (115 место), в частности требования для визы, и безопасность (109 место) (прил. 1).²⁹ Природные и культурные ресурсы России были оценены низко (3.5 из 7), несмотря на богатство страны в этой сфере: 2 583 музеев в 477 городах, имеющих значительную историческую ценность, 614 театров и 144 423 объектов культурного наследия народов Российской Федерации³⁰. В России сосредоточены 55 национальных парков, находящихся в различных климатических зонах в разнообразной флорой и фауной; множество озер, например Байкал - самое глубокое озеро в мире; тайга; горы: Урал, Саяны, Алтай и Хибины; минеральные источники, включая Кавказские минеральные воды, гейзеры Камчатки; многочисленные горные реки для каякинга и впечатляющие равнинные реки: Волга, Енисей и Обь (каждая из них от 3500 до 4500 км в длину). В виду перечисленного, можно заключить, что потенциал туристического рынка России очень большой, но еще непризнанный, и, в сравнении с международными стандартами, индустрия не развита.

Более того, рынок туризма в России в данный момент подвержен значительным изменениям по множеству причин. Имидж России был поврежден западными медиа, репортажи которых были сосредоточены на негативной информации о России с начала революции и гражданской войны в Украине, ситуация ухудшилась после присоединения Крыма. Это сильно снизило поток туристов из западных стран. К примеру, в 2015 объем въезжающих туристов из западных стран сократился на 30-50%³¹. С другой стороны поток туристов из Азии (в значительной степени из Китая) увеличился, что подтверждает глобальную тенденцию роста количества въездных туристов из Азии по всему миру.

На данный момент развитие туристской индустрии в России осуществляется в рамках Стратегии развития туризма в Российской Федерации до 2020 года.

²⁹ The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017 / World Economic Forum. – Geneva: the World, 2017. – P. 286.

³⁰ URL: <https://opendata.mkrf.ru/opendata> (Дата обращения: 22.02.2019).

³¹ URL: <https://www.fedstat.ru/indicator/31598> (Дата обращения 22.11.2018).

Планированием и контролем за осуществлением мероприятий в рамках Стратегии занимается Минкультуры России. Стратегия согласована с Концепцией долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года. В рамках Стратегии предусмотрена реализацией задач, связанных с улучшением инфраструктуры туризма, повышением уровня системы сбора статистических данных в туризме, поддержанием экономического роста в субъектах страны за счет туризма, совершенствованием системы безопасности для туристов, продвижением России как туристической дестинации на международном и внутреннем рынке³². Один из целевых показателей Стратегии - количество въездных туристических поездок иностранных граждан равное 40 млн поездок за 2020 год.

Ростуризм занимается разработкой и реализацией мероприятий в рамках концепции федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019 – 2025 годы)». Целью Программы является социально-экономическое развитие регионов России для максимизации их туристического потенциала. В рамках Программы предусмотрена реализация кластерного подхода: создание туристских кластеров, в которых будет сконцентрирован набор организаций туристской индустрии, привлекающих туристов природными или культурно-историческими ресурсами, на определенной территории. В рамках Концепции выявлено пять приоритетных видов туристической деятельности:

- 1) культурно-познавательный туризм;
- 2) активный туризм;
- 3) оздоровительный туризм;
- 4) круизный туризм;
- 5) экологический туризм.

С целью увеличения эффективности реализации Концепции созданы 15 укрупненных инвестиционных проектов (рис. 6).

³² Распоряжение Правительства Российской Федерации от 31 мая 2014 г. №941-р «Об утверждении Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года» // СПС КонсультантПлюс.



Рисунок 6 Туристско-рекреационные кластеры России
 Источник: URL: <https://www.russiaturism.ru> (Дата обращения: 22.02.2019).

Проекты оздоровительного туризма:

- 1) Черноморское побережье: Краснодарский край, Республика Коми, Севастополь;
- 2) Приволжье: Оренбургская область, Республика Башкортостан;
- 3) Кавказ: Кабардино-Балкарская Республика, Карачаево-Черкесская Республика, Чеченская Республика, Ставропольский край, Республика Северная Осетия - Алания, Республика Ингушетия, Республика Адыгея;
- 4) Каспий: Астраханская область, Республика Дагестан, Республика Калмыкия;

специализация: культурно-познавательный туризм:

- 5) Серебряное ожерелье России: Архангельская, Вологодская, Мурманская, Ленинградская, Новгородская, Псковская области, г. Санкт-Петербург, Республика Карелия, Республика Коми, Ненецкий автономный округ;
- 6) Центральная Россия: субъекты Центрального федерального округа;
- 7) Русская Балтика: Калининградская область;
- 8) Урал: Свердловская и Челябинская области, Югра;

проекты активного туризма:

- 9) Сибирь: Алтайский край, Кемеровская и Новосибирская области, Республика Хакасия, Республика Тыва, Республика Алтай;

проекты круизного туризма:

- 10) Приморье: Приморский край;
- 11) Волжский путь: Самарская, Ульяновская, Нижегородская, Пензенская, Саратовская, Тверская, Астраханская, Ивановская, Костромская, Волгоградская,

- Ярославская области, Пермский край, Республика Башкортостан, Республика Мордовия, Республика Татарстан, Республика Марий Эл, Чувашская Республика;
- 12) Русская Арктика: Архангельская, Мурманская области, Ямало-Ненецкий автономный округ, Красноярский край, Республика Саха;
- 13) Амур: Хабаровский край, Амурская область, Еврейская автономная область;
- 14) Камчатка – Сахалин: Камчатский край, Сахалинская область;

специализация: экотуризм:

- 15) Байкал: Иркутская область, Республика Бурятия, Забайкальский край.³³

Одним из целевых показателей Программы является достижение доли туризма в ВВП России к 2025 году 19%, 75% или 92% в зависимости от варианта развития событий: инерционный вариант, оптимальный вариант, амбициозный вариант соответственно. Также в 2025 году по оптимальному варианту планируется прирост объема туристских услуг на 105% по сравнению с 2018 годом.³⁴

2.2 Динамика и структура рынка въездного туризма России

Количество въездных поездок туристов в Российскую Федерацию составляет 3,6% всех въездных поездок туристов мира по данным ЮНВТО на 2017 год. Россия входит в список 10 стран Европы, лидирующих по количеству въездных туристов.³⁵

Анализ динамики валовой добавленной стоимости, создаваемой непосредственно в туризме (рис. 7) показал, что к решению проблемы неценности сферы туризма прилагается множество усилий в рамках экономической стратегии России. В дальнейшем показатель валовой добавленной стоимости, создаваемой непосредственно в туризме, будет раскрыт более подробно в параграфе 2.3. С помощью введенных программ развития туристической отрасли в России удалось добиться стабильного роста объема туристического рынка. Среднегодовой ежегодный прирост с 1995 года по 2017 составляет 2%. В начале XXI века замечен значительный рост объема туристического рынка за счет стабилизации политической ситуации в стране. В 2010 году наблюдается резкий спад

³³ Распоряжение Правительства Российской Федерации от 5 мая 2018 г. №872-р «Об утверждении Концепции федеральной целевой программы “Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019 – 2025 годы)”» // СПС КонсультантПлюс.

³⁴ Там же.

³⁵ UNWTO. World Tourism Barometer – January 2017 / World Tourism Organization. – Madrid: UNWTO, 2018. – P. 7.

объема рынка туризма (на 6,4% по сравнению с 2009 годом) на фоне последствий мирового экономического кризиса (рис. 8). Значительные положительные изменения динамики заметны в 2014 году, году проведения Зимней Олимпиады в Сочи, несмотря на кризис в 2014 году. В 2015 году наблюдается резкий спад по причине ухудшения политического имиджа России из-за действий, связанных с украинским вопросом. На данном этапе рынок туризма стремительно растет. В 2018 году росту рынка поспособствовал Чемпионат мира по футболу в России.

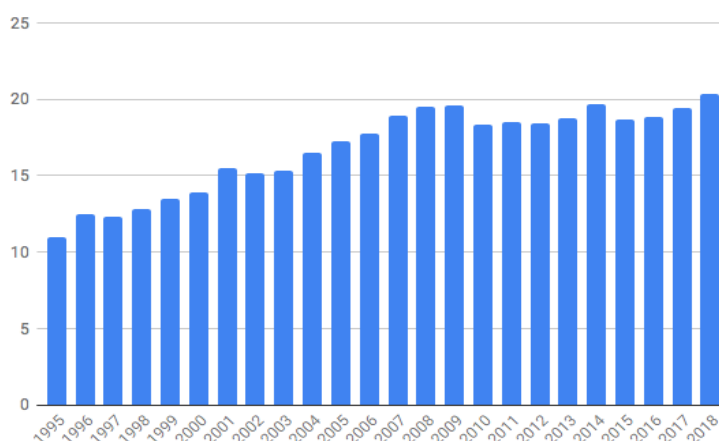


Рисунок 7 Динамика валовой добавленной стоимости, создаваемой непосредственно в туризме, млн руб.

Рассчитано по: URL: <http://www.gks.ru/> (Дата обращения: 20.11.2018).

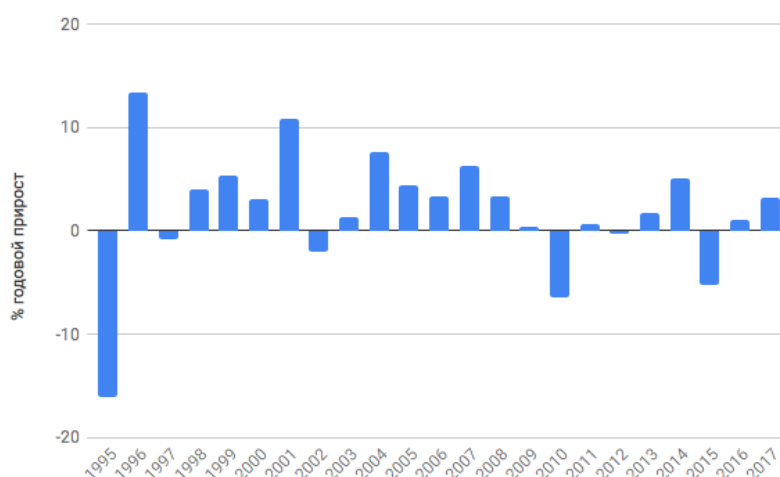


Рисунок 8 Динамика годовых приростов валовой добавленной стоимости, создаваемой непосредственно в туризме

Рассчитано по: URL: <http://www.gks.ru/> (Дата обращения: 20.11.2018).

Таким образом, можно сделать вывод, что рынок туризма в России чувствителен к кризису и зависит от политического имиджа страны, однако проведение спортивных мероприятий оказывает положительное влияние на его динамику. Именно благодаря проведению масштабных мероприятий рынок туризма реабилитируется к изменяющемуся состоянию экономики и политической ситуации.

Объем платных туристских услуг с 2010 по 2016 гг. демонстрирует 10% среднегодовой рост (рис. 9). Объем туристских услуг является показателем, мерой которого выступает стоимость, поэтому значениям показателя требуется коррекция на индекс потребительских цен для устранения влияния инфляции. Объем туристских услуг с учетом коррекции на индекс потребительских цен продемонстрировал 5% роста за последние 10 лет (рис. 10). Также по показателю объема рынка туристских услуг предоставлены ежемесячные данные с 2010 по 2016 гг. Динамика объема туристских услуг демонстрирует наличие сезонности: с июня по сентябрь объем реализации услуг осуществляется на уровне выше среднемесячного, а в с января по март – ниже (рис.10).

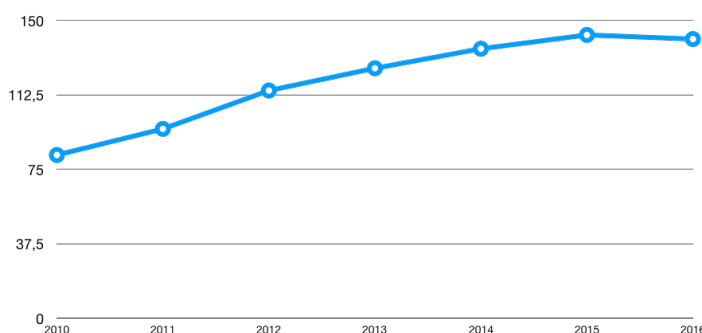


Рисунок 9 Объем платных туристских услуг с 2010 года по 2016 год, млн руб.

Составлено по: URL: <http://www.gks.ru/> (Дата обращения: 20.11.2018).

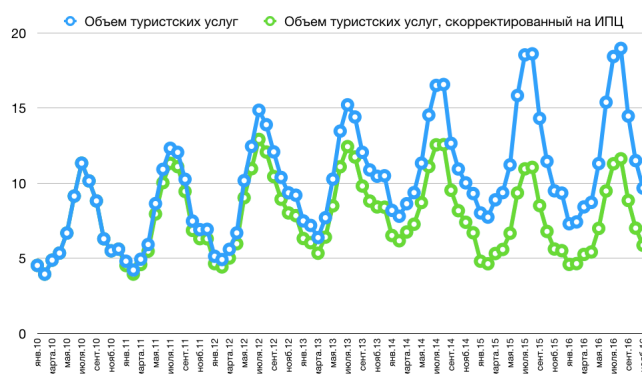


Рисунок 10 Объем платных туристских услуг с января 2010 года по декабрь 2016 года, млн руб.

Составлено по: URL: <http://www.gks.ru/> (Дата обращения: 20.11.2018).

Количество поездок иностранных туристов в 2014 составило 25,4 млн поездок (рис. 11). Среднегодовой темп роста количества поездок иностранных туристов с 2014 по 2018 гг. составил -1%, что говорит о наличии отрицательной динамики. Значительное увеличение количества туристических поездок (+5,5% за год) состоялось после проведения спортивных мероприятий в Сочи в 2014 году и повышении имиджа страны как туристской дестинации на мировом рынке туризма. Сфера туризма чрезвычайно чувствительна к геополитическим рискам. Поэтому вследствие событий, связанных с политической позицией России относительно Украины во время гражданских войн в 2015 году и с присоединением Крыма, имидж страны получил значительный урон. В 2016 году показатель въездных туристических поездок сократился на 9,5% по сравнению с предыдущим годом, при этом количество поездок из европейских стран сократилось от 30% до 50%, но прирост туристов из Китая компенсировал значительное падение показателя. На данный момент Россия реализует политику по повышению имиджа страны для туристов, в связи с чем с 2017 года осуществлялось проведение ряда спортивных мероприятий, которые позволили увеличить поток иностранных туристов. Таким образом, за 2018 год количество въездных поездок составило 24,5 млн.

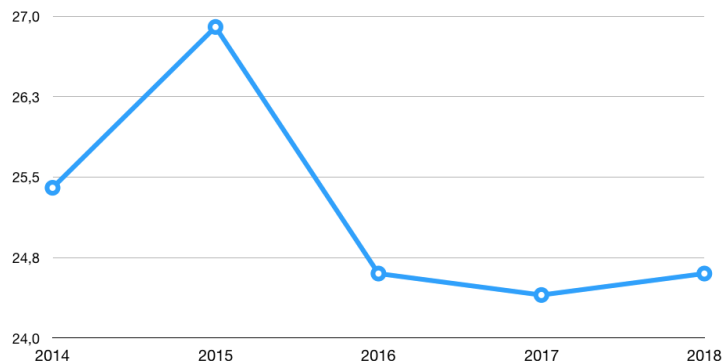


Рисунок 11. Число въездных туристических поездок иностранных граждан с 2014 по 2018 гг., млн поездок

Составлено по: URL: <http://www.gks.ru/> (Дата обращения: 20.11.2018).

В соответствии со Стратегией развития туризма в РФ до 2020 года количество иностранных поездок уже в 2015 году должно было превысить 30 млн, а в 2020 достичь 40 млн. Но в связи с появлением проблем с имиджем страны из-за политической ситуации данные показатели не были достигнуты.

Поквартально показатель количества поездок варьировался от 4,3 млн поездок в I квартале 2017 года до 8,8 млн в III квартале 2015 года (рис. 12). Очевидно наличие сезонности: наиболее богатым на иностранных туристов сезоном является лето, наименее

– зима. Такую тенденцию можно связать с зависимостью спроса на туризм от климатических условий в стране и предпочтении путешествий летом из-за периода каникул у детей.

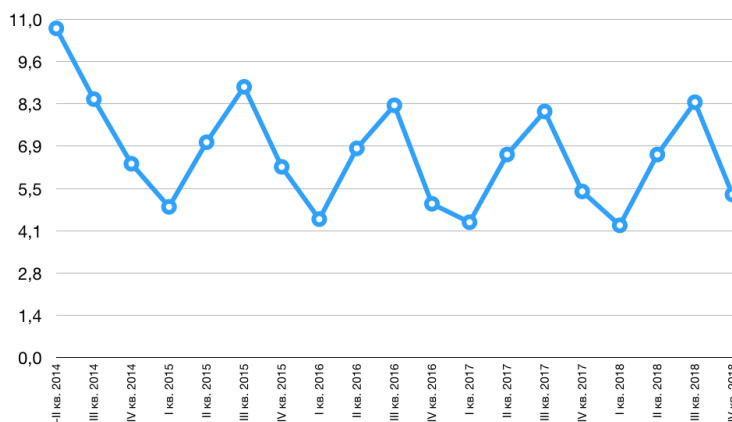


Рисунок 12 Число въездных туристических поездок иностранных граждан с I квартала 2014 по IV квартал 2018 гг., млн поездок

Составлено по: URL: <http://www.gks.ru/> (Дата обращения: 20.11.2018).

Объем туристских услуг с учетом коррекции на индекс потребительских цен продемонстрировал 5% роста за последние 10 лет, тогда как количество въездных туристов увеличилось в 2 раза. Такая разница в динамике взаимосвязанных показателей свидетельствует не в пользу развития инфраструктуры туризма: увеличении количества и качества предоставляемых туристских услуг.

В 2018 году рост количества въездных поездок в России был обеспечен путешественниками из стран Азии и из стран, принимавших участие в Чемпионате мира по футболу. Наибольший приток въездного туризма в Россию обеспечили следующие страны: Украина, Казахстан, Китай, Финляндия, Азербайджан, Польша, Германия, Армения, Абхазия, Эстония (рис. 13), что говорит о том, что основной поток туристов обеспечен странами ближнего зарубежья. Структура состава туристов из стран ближнего зарубежья по странам представлена на рисунке 14. Среди стран дальнего зарубежья в топ 10 по объему тур. поездок входят: Китай, Финляндия, Польша, Германия, Молдова, Республика Корея, США, Латвия, Израиль (рис. 15). Лидерами по приросту въездных поездок в натуральном выражении по сравнению с 2017 годом являются: Китай (+212 тыс. поездок), Южная Корея (+101 тыс. поездок.), Япония, Индия, Вьетнам и Таиланд. Финляндия, Польша и Норвегия снизили число въездных поездок по сравнению с 2017 годом.

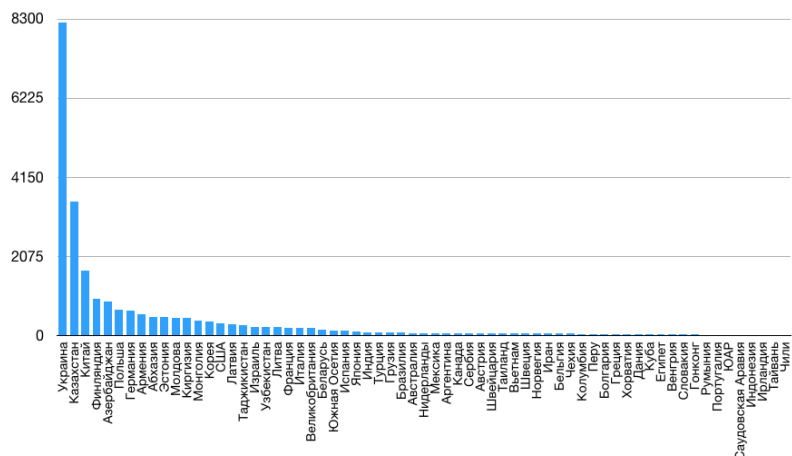


Рисунок 13 Число въездных туристических поездок иностранных граждан из различных стран в 2018 году, тыс. чел.

Составлено по: URL: <http://www.gks.ru/> (Дата обращения: 20.11.2018).

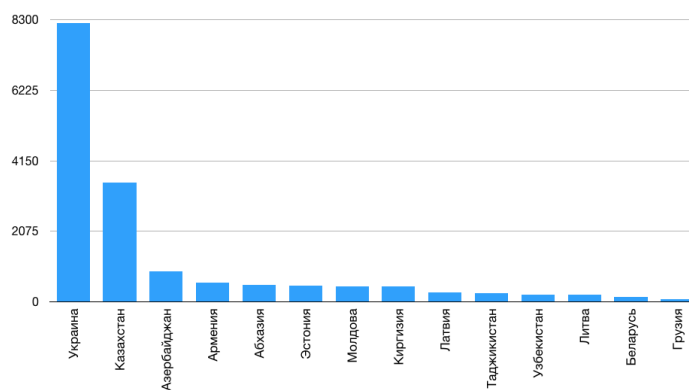


Рисунок 14 Число въездных туристических поездок иностранных граждан из стран ближнего зарубежья в 2018 году, тыс. чел.

Составлено по: URL: <http://www.gks.ru/> (Дата обращения: 20.11.2018).

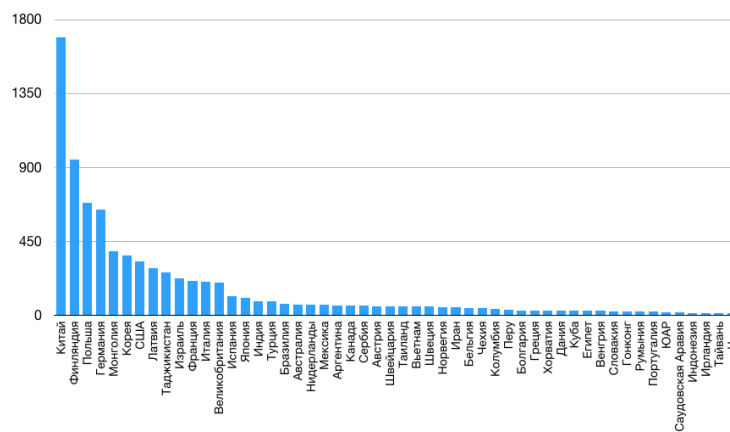


Рисунок 15 Число въездных туристических поездок иностранных граждан из стран дальнего зарубежья в 2018 году, тыс. чел.

Составлено по: URL: <http://www.gks.ru/> (Дата обращения: 20.11.2018).

Данные о количестве въезжающих иностранных граждан с целью туризма с 2010 по 2018 гг. представлены в ЕМИСС. С 2010 года данный показатель вырос в 2 раза, среднегодовой темп роста составил 9% (рис.16). Несмотря на экономический кризис, продолжавшийся до 2014 года в странах мира, количество въездных туристов имеет положительную динамику с 2010 по 2014 гг. Такое положение связано с проведением в 2012 году года российского туризма в Китае, что позволило увеличить прирост количества китайских туристов на 47% за год. Отрицательную динамику количество иностранных туристов показало только в 2014 году (-3% за год), что можно связать с последствиями Мирового экономического кризиса и спадом темпов роста количества китайских туристов. Наибольший прирост въездных туристов наблюдается в 2017 году (+16% за год), такой показатель можно связать с проведением Кубка конфедераций FIFA и улучшением туристской инфраструктуры. За 2018 год Россию посетило 4,2 млн иностранных граждан с целью туризма.

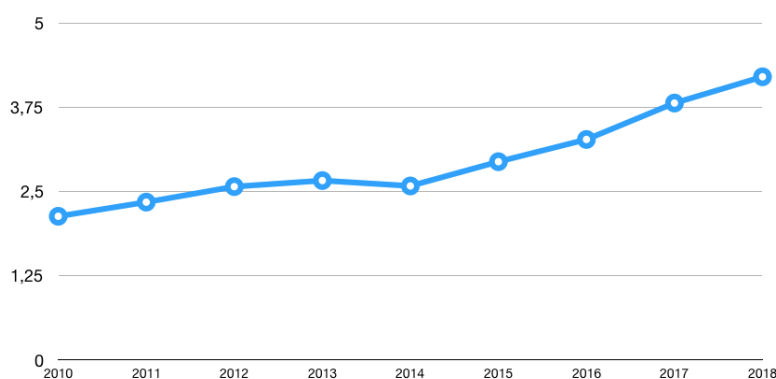


Рисунок 16 Въезд иностранных граждан в РФ с целью туризма с 2010 по 2018 гг., млн чел.

Составлено по: URL: <http://www.gks.ru/> (Дата обращения: 20.11.2018).

Показатель количества въезжающих иностранных граждан с целью туризма так же, как и показатель количества туристских поездок, демонстрирует наличие фактора сезонности во въездном туризме (рис.17).

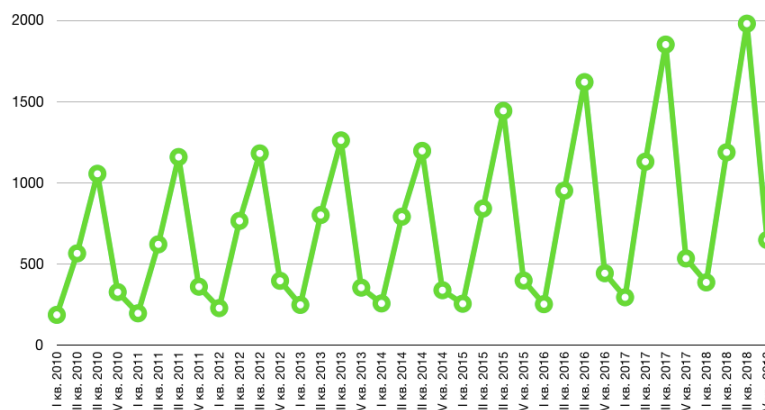


Рисунок 17 Въезд иностранных граждан в РФ с целью туризма с I квартала 2010 по IV квартал 2018 гг., млн чел.

Составлено по: URL: <http://www.gks.ru/> (Дата обращения: 20.11.2018).

Так, по каждому из рассмотренных показателей была обнаружена положительная динамика и наличие сезонности. В таблице 1 представлена свободная таблица значений упомянутых показателей за 2016 год. В показатель количества въездных туристических поездок иностранных граждан включены данные о поездках с целью бизнеса. Показатель объема оказанных платных туристских услуг включает в себя услуги, оказанные внутренним туристам в том числе, что негативно скажется на качества анализа рынка въездного туризма. Поэтому в дальнейшем ключевым показателем рынка въездного туризма будет количество въезжающих иностранных туристов с целью туризма.

Таблица 1 Значения показателей въездного рынка туризма за 2016 год

Количество въездных туристических поездок иностранных граждан, млн поездок	Количество въезжающих иностранных туристов с целью туризма, млн чел.	Объем оказанных платных туристских услуг, млн руб.
24,57	3,27	140,7

Рассчитано по: URL: <http://www.gks.ru/> (Дата обращения: 20.11.2018).

2.3 Макроэкономическое влияние рынка туризма на экономику России

В данном параграфе описывается макроэкономическое влияние рынка туризма на экономику страны для временного периода с 1995 по 2017 гг., в рамках которого оцениваются валовая добавленная стоимость, занятость и инвестиции в сфере туризма и изменение перечисленных показателей в течение указанного периода времени.

По данным ЮНВТО на 2017 год в России количество въездных туристических поездок составило более 31 миллиона, объем индустрии туризма - 17 855 миллионов долларов США (1,5% от ВВП), количество рабочих мест в сфере туризма – 973 503 (1,4%

от общего количества рабочих мест), средний объем расходов туриста на поездку - 270 долларов США.³⁶

По оценкам World Travel & Tourism Council на 2017 год в рейтинге из 185 стран Россия занимает 16 место по объему туристического рынка в денежном выражении и 167 место по доле рынка туризма в ВВП страны³⁷. Это говорит о малой значимости туризма в российской экономики относительно других стран мира. Также в соответствии с данным рейтингом России принадлежит 93 место по показателю темпов роста рынка туризма за 2018 год, 155 место по показателю темпов роста за 2018-2028 гг. (прогноз)³⁸.

Оценка влияния туризма на ВВП Российской Федерации производится по методологии, разработанной Статистической комиссией ООН, Евростат, ОЭСР и ЮНВТО. Для оценки совокупного влияния рынка туризма на ВВП и занятость в стране рассчитываются показатели:

- валовая добавленной стоимостью, создаваемая непосредственно в туризме;
- валовый внутренний продукт, создаваемый непосредственно в туризме;
- валовая добавленная стоимость, создаваемая в отраслях туризма.

Валовая добавленная стоимость, создаваемая непосредственно в туризме (ВДСНТ), отражает экономическую активность субъектов индустрии, предоставляющих типичные туристские продукты. Типичными продуктами в туризме являются продукты, полученные в результате экономической активности типичных производителей в туризме. Типичные производители в туризме – это те производители, которые связаны в основном с производством характерных туристических продуктов: размещение посетителей, общественное питание, железнодорожный пассажирский транспорт, автомобильный пассажирский транспорт, деятельность в сфере культуры, розничная торговля типичными туристическими продуктами и другое. ВДСНТ, рассчитывается как разница потребления, относящегося к туризму внутри страны, и расходов провайдеров туристских услуг (в том числе, на импортные товары). Внутреннее туристическое потребление является суммой экспорта туристских услуг и расходов на туристские услуги резидентами страны.

$$\frac{\text{Экспорт туристских услуг} + \text{Расходы на туристские услуги резидентов страны}}{\text{Объем рынка туристских услуг в стране}} = \quad (1)$$

³⁶ UNWTO Tourism Highlights: 2018 Edition / World Tourism Organization. – Madrid: UNWTO, 2018. - P.2.

³⁷ Travel & Tourism. Economic impact 2018. Russian Federation / World Travel & Tourism Council. - London: World Travel & Tourism Council, 2018. – P. 12.

³⁸ Там же. С. 13.

Объем рынка туристских услуг в стране – Расходы провайдеров туристских услуг =
ВДС, создаваемая непосредственно в туризме (2)

На 2017 год НДС, создаваемая непосредственно в туризме в России составила 17,8 миллиардов долларов США³⁹.

Чтобы оценить мультипликационный эффект рынка туризма, необходимо оценить НДС, создаваемую в отраслях туризма. Валовая добавленная стоимость, создаваемая в отраслях туризма (ВДОС) – НДС, создаваемая всеми действующими в сфере туризма организациями вне зависимости от того, предназначена ли их продукция для туристов⁴⁰.

ВДСОТ рассчитывается следующим образом:

ВДСНТ + Транспортные расходы туристов + Инвестиции + Субсидии государства +
Стимулированные доходы – Импортные товары из косвенных расходов = НДСОТ (3)

Из графика, представленного на рисунке 6, очевидно, что динамика НДС от прямого влияния туризма совпадает с динамикой НДС, полученной в результате косвенного и стимулированного влияния туризма. Совокупное влияние туризма на экономику за оцениваемый период в 4 раза превышает прямое влияние туризма на экономику (рис. 18). На 2017 год НДС отраслей туризма (совокупное влияние) составила 4 434 миллиарда рублей, что эквивалентно 4,8% от НДС страны.

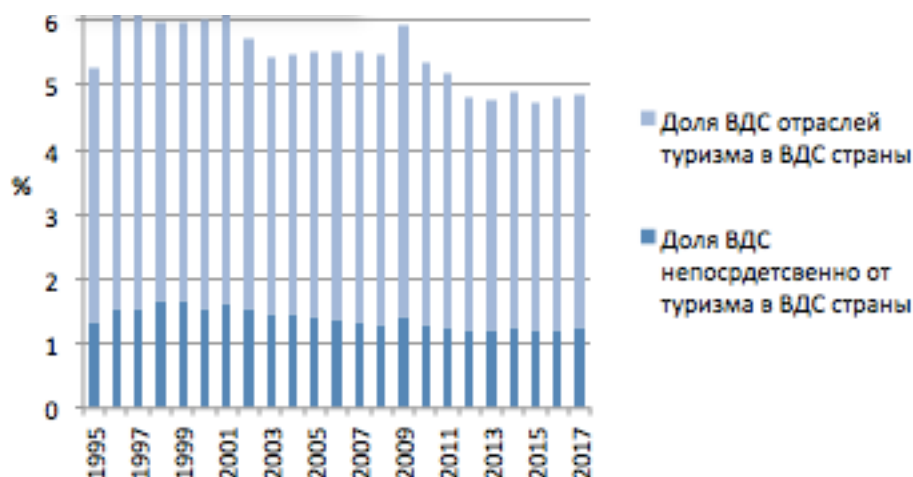


Рисунок 18 Динамика долей НДСНТ и НДСОТ в НДС страны, %
Рассчитано по: URL: <http://www.gks.ru/> (Дата обращения: 20.11.2018).

³⁹ Travel & Tourism. Economic impact 2018. Russian Federation / World Travel & Tourism Council. - London: World Travel & Tourism Council, 2018. – P. 12.

⁴⁰ Вспомогательный счет туризма: рекомендуемая методологическая основа, 2008 г. Серия F. №80 / ООН. – Париж: изд-е ООН, 2010. – P. 40.

Таким образом, можно сделать вывод о высокой мультипликации и ее значительном влиянии в сфере туризма, что говорит об эффективности стратегических мер, предпринимаемых государством. Рост дохода от туризма являлся одной из стратегических задач страны.

Экономическая значимость туризма в высокой степени определяется тем влиянием, которое он оказывает на занятость населения. Занятость в туризме определяется количеством рабочих мест. Развитие туризма требует дополнительных рабочих мест, что приводит к качественным изменениям хозяйственной деятельности и повышает коэффициент занятости. Повышается количество занятых в сфере туризма, и часть налогов от туризма, обращается обратно в отрасль.

В 2017 году в сфере туризма России насчитывалось 854 рабочих места, что составило 1,2% всех занятых в экономике страны. В странах, которые занимают лидирующие позиции в рейтингах конкурентоспособности туризма данный показатель выше: Франция (2 место) – 4,2%, Италия (5 место) – 5%, Китай (15 место) – 3%. При учете мультипликационного эффекта показатель доли занятых в сфере туризма в России равен 4,5%. В мире с учетом мультипликационного эффекта доля занятых в сфере туризма составляет 10%. Динамика рынка занятых в сфере туризма дублирует динамику рынка всех занятых, что говорит о зависимости занятости на рынке туризма от занятости по стране в целом. С 1995 года по 2017 год средний ежегодный прирост количества рабочих мест составил -0,4% (рис. 19). За последние 3 года наблюдается положительная динамика в количестве рабочих мест в сфере туризма.

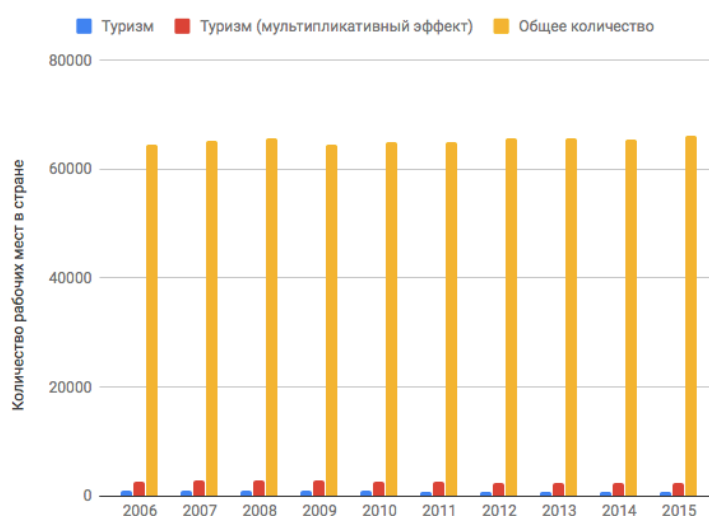


Рисунок 19 Динамика количества занятых в сфере туризма, чел.
 Рассчитано по: URL: <http://www.gks.ru/> (Дата обращения: 20.11.2018).

Количество занятых в отраслях, связанных с туризмом, в 2015 году в 4 раза превышает количество занятых непосредственно в сфере туризма, что свидетельствует о наличии значительно мультипликационного эффекта (рис. 20).

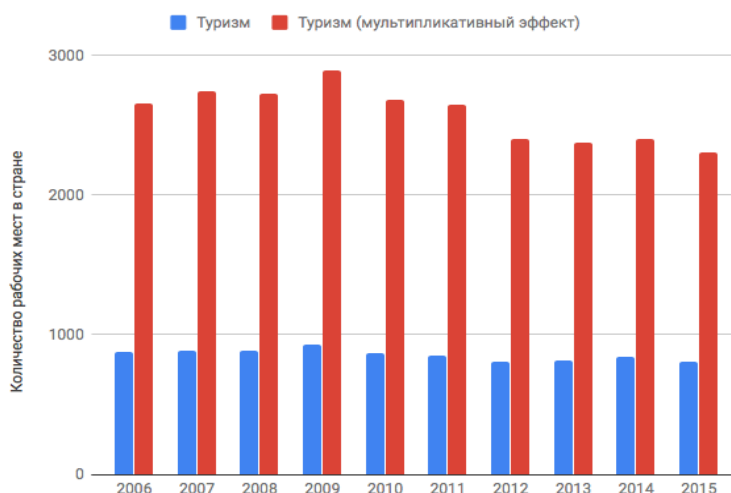


Рисунок 20 Динамика занятых в туризме и занятых в туризме с учетом мультипликационного эффекта, чел.

Рассчитано по: URL: <http://www.gks.ru/> (Дата обращения: 20.11.2018).

Таким образом, несмотря на высокий туристический потенциал, в настоящее время занятость в сфере туризма в России находится на низком уровне относительно мировых стандартов, что влечет за собой негативные последствия в виде нехватки кадров на рынке туризма и низкой развитости туристической отрасли, поскольку качество обслуживания туристов во многом зависит от численности персонала на одного туриста, так как специфика работы в сфере туризма заключается в личном контакте исполнителя услуги с потребителем.

Производство туристических продуктов зависит от размера капитала, инвестированного в туристическую сферу. Инвестиционная активность в туризме зависит от степени развития производства, государственной деятельности по привлечению инвестиций в туризм, стоимости капитала, затрачиваемого для приобретения материального капитала, стоимости приобретения и использования капитальных вложений.

Анализ динамики инвестиций в туризм показывает схожесть с динамикой ВДС туризма (рис. 21). Оба данных показателя характерны значительным снижением во время экономического кризиса 2009 года, увеличением к 2014 году с целью развития инфраструктуры для проведения Зимних Олимпийских игр и спаду в 2015 году по

причинам политической обстановки. На рисунке 10 можно наблюдать значительный рост инвестиций после 2002 года. Такая тенденция связана с проведением государством мероприятий, стимулирующих увеличение вложений в гостиничный бизнес.⁴¹

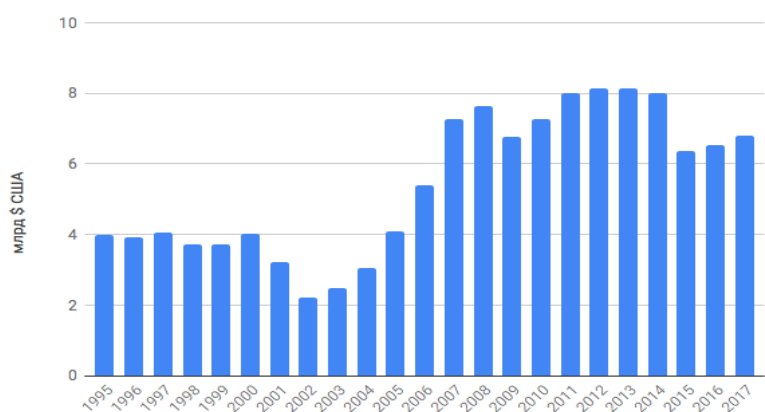


Рисунок 21 Динамика инвестиций в рынок туризма, млрд долл. США
Рассчитано по: URL: <http://www.gks.ru/> (Дата обращения: 20.11.2018).

На рисунке 22 изображена динамика доли инвестиций, вложенных в туризм в совокупном объеме инвестиций в основной капитал. Показатель инвестиций в туристическую отрасль в России является низким относительно мировых стандартов. С 1995 по 2017 данный показатель варьируется от 1,5% до 3,5% от капитальных инвестиций страны. На 2017 год данный показатель составляет 2,5%. В то время как инвестиции в туризм в капитальных мировых инвестициях составляют 5%. В ведущих туристических направлениях данный показатель варьируется от 3% до 13%.⁴²

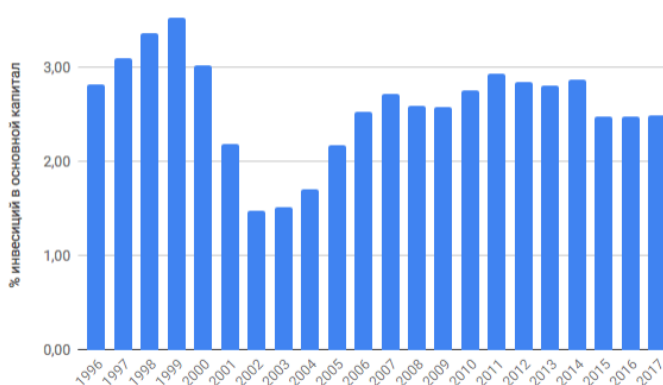


Рисунок 22 Динамика доли инвестиций в рынок туризма в инвестициях в основной капитал, %
Рассчитано по: URL: <http://www.gks.ru/> (Дата обращения: 20.11.2018).

⁴¹ Зайцева Н. А. Инвестиционная деятельность в туризме и гостиничном бизнесе в РФ / Н.А. Зайцева. – М.: Институт туризма и гостеприимства, - 2006. – С. 84-90.

⁴² UNWTO Tourism Highlights: 2018 Edition / World Tourism Organization. – Madrid: UNWTO, 2018. - P.6.

2.4 Влияние рынка въездного туризма на платежный баланс России

Центральный банк Российской Федерации ответственен за составление платежного баланса страны. В соответствии с рекомендациями МВФ ЦБ производит оценку экспорта и импорта услуг по статье «Поездки». Поездки – совокупность расходов на приобретение товаров и услуг физическими лицами на территории зарубежных стран для собственных нужд или для безвозмездной передачи другим лицам⁴³.

Экспорт услуг по статье «Поездки» на 2016 год составил 7,8 миллиардов долларов США, при этом уменьшился на 7.5% по сравнению с предыдущим годом. При этом совокупный экспорт услуг сократился на 2,2%. Данная статья занимает 3 место в структуре экспорта услуг (15% экспорта услуг на 2016 год) (рис. 23). Экспорт по статье «Поездки» характерен сезонными колебаниями: минимальный экспорт - в первом квартале, максимальный экспорт – в третьем.

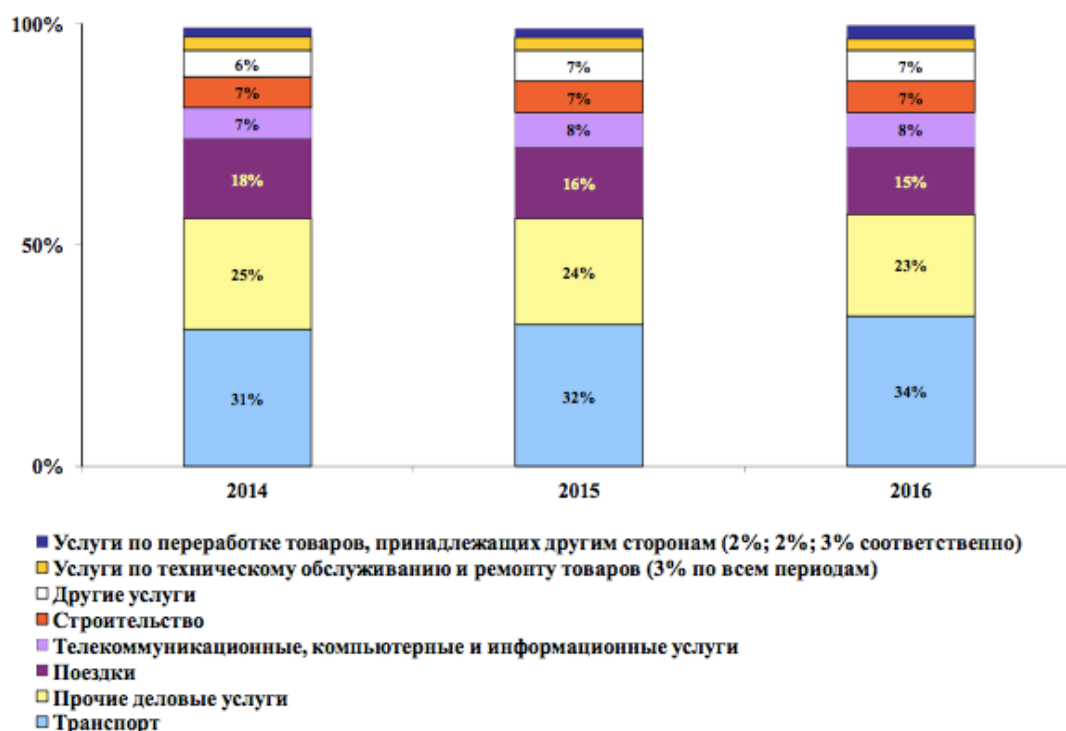


Рисунок 23 Структура экспорта услуг, %

Источник: Внешняя торговля Российской Федерации услугами / Центральный банк Российской Федерации. - М.: Центральный банк Российской Федерации. 2016. – С. 30.

⁴³ Внешняя торговля Российской Федерации услугами / Центральный банк Российской Федерации. - М.: Центральный банк Российской Федерации. 2016. – С. 146.

По данным на 2016 год в региональном разрезе экспорта услуг большую часть составляют страны дальнего зарубежья (62% стоимости экспорта) (табл. 2). Доля СНГ составляет 32% экспорта услуг. Среди стран дальнего зарубежья подавляющую часть составляют страны ЕС, на них приходится 2,6 миллиарда долларов США. Лидерами по туристическим расходам являются страны: Китай, Украина, Таджикистан, Узбекистан, Германия. Для экспорта услуг характерно преобладание личных поездок (55%). Для стран СНГ 60% экспорта услуг относится к деловым поездкам и, соответственно, 40% - к личным. Относительно стран дальнего зарубежья противоположная ситуация: 64% экспорта услуг относится к личным поездкам и 36% - к деловым.

Таблица 2 Экспорт услуг по статье «Поездки» в региональном разрезе

<i>Регионы</i>	<i>Экспорт услуг по целям поездок, млн долл. США</i>		
	<i>всего</i>	<i>деловая</i>	<i>личная</i>
Экспорт услуг — всего	7 788	3 459	4 328
<i>в том числе из стран СНГ</i>	2 898	1 722	1 175
Дальнего зарубежья	4 889	1 737	3 152
<i>в том числе из стран ЕС</i>	2 651	1 118	1 532

Источник: Внешняя торговля Российской Федерации услугами / Центральный банк Российской Федерации. - М.: Центральный банк Российской Федерации. 2016. – С. 44.

Импорт услуг по статье «Поездки» на 2016 год составил 24 миллиарда долларов США и сократился на 31,4% по сравнению с 2015 годом. Совокупный импорт услуг сократился на 16,2% (табл. 3). Характер сезонных колебаний импорта по статье «Поездки» такой же, как и характер сезонных колебаний экспорта по данной статье. Для региональной структуры импорта характерно преобладание стран дальнего зарубежья, доля которых составляет 93% в импорте услуг (23 миллиарда долл. США). При этом 95% импорта стран дальнего зарубежья относится к поездкам личного характера. Расходы в странах СНГ составили 1,3 миллиарда долл. США, из них всего 1% составили расходы, связанные с деловой поездкой, 99% поездок в СНГ были личными.

Таблица 3 Импорт услуг по статье «Поездки» в региональном разрезе

<i>Регионы</i>	<i>Импорт услуг по целям поездок, млн долл. США</i>		
	<i>всего</i>	<i>деловая</i>	<i>личная</i>
Импорт услуг — всего	23 951	1 240	22 710
<i>в том числе из стран СНГ</i>	1 346	127	1 218
Дальнего зарубежья	22 604	1 112	21 492
<i>в том числе из стран ЕС</i>	12 473	590	11 883

Источник: Внешняя торговля Российской Федерации услугами / Центральный банк Российской Федерации. - М.: Центральный банк Российской Федерации. 2016. – С. 46.

Таким образом, сальдо по статье «Поездки» является отрицательным: 23,9 миллиарда долл. США - импорт и 7,7 миллиардов долл. США – экспорт, следовательно, сальдо на 2016 год составило – 16,2 миллиардов долл. США. Россия регулярно имеет отрицательно сальдо по данной статье платежного баланса. Характер влияния данной тенденции на экономику зависит от экономической ситуации в стране. Отрицательное сальдо баланса может нести позитивный характер в случае вывоза избыточной валюты из страны, не сопровождающегося ростом денежной массы и темпа инфляции. Отрицательное сальдо для России было выгодным до 2008 года. После экономического кризиса в 2008 году была произведена девальвация рубля для активизации платежного баланса, следовательно пассивный баланс по статье «Поездки» несет за собой отрицательное влияние на экономику страны. Для достижения стратегических задач России в рамках Стратегии развития туризма и повышения уровня устойчивости экономики необходимо производить процесс превращения страны в экспортера услуг по статье «Поездки».

Выводы к Главе 2

Туризм в России развивается с положительной динамикой, несмотря на чувствительность сферы к политической ситуации. Россия использует спортивные мероприятия для привлечения туристов и повышения имиджа страны как туристического направления на мировой арене. На данный момент по оценкам Мирового Экономического Форума Россия занимает 43 место из 136 в рейтинге конкурентоспособности в туризме, причинами низкого положения страны в рейтинге являются сложная процедура

оформления визы и безопасность в стране. Россия имеет богатый потенциал в сфере культурно-познавательного, эко- и круизного туризма, но в рамках данного индекса стране была присвоена низкая оценка, что связано с неосведомленностью туристов о разнообразии туристского продукта в России. Высоко в рамках рейтинга были оценены такие показатели, как цены на туристские продукты, медицина, инфраструктура аэропортов и бизнес путешествия.

В рамках Стратегии развития туризма в Российской Федерации до 2020 года были выделены ключевые направления работы, которые в частности связаны с повышением уровня безопасности и продвижением туристского продукта. По плану необходимо было достижение амбициозных целевых показателей по количеству туристских поездок иностранных граждан в Россию, на 2018 плановое значение показателя превышает фактическое на 30%. Реализация Стратегии пострадала из-за ухудшения имиджа России в связи с политической обстановкой в 2015 году. Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и внешнего туризма в Российской Федерации (2019 - 2025 годы)» направлена на развитие туризма в регионах. В рамках Программы предусмотрено создание 15 укрупненных инвестиционных кластеров, развитие которых осуществляется с помощью программно-целевого метода с использованием государственного и частного партнерства. Реализация Программы значительно улучшает туристскую инфраструктуру в регионах и при качественном продвижении туристского продукта привлечет иностранных туристов не только в Санкт-Петербург и Москву, но и другие субъекты России.

Динамика и структура въездного рынка России была проанализирована по трем показателям:

- 1) количество въездных туристических поездок иностранных граждан с 2014 по 2018 гг., годовые и квартальные данные;
- 2) количество въезжающих иностранных туристов с целью туризма с 2010 по 2018 гг., годовые и квартальные данные;
- 3) объем оказанных платных туристских услуг с 2010 по 2016 гг., годовые и месячные данные.

Рынок въездного туризма в России имеет тенденцию к росту и зависимость от сезона: наиболее благоприятное для туристов время – летний сезон. Въездной туризм в Россию обеспечивается, в основном, странами ближнего зарубежья (Украина, Казахстан, Азербайджан, Армения), странами Азии (Китай, Южная Корея, Япония) и странами-участницами спортивных мероприятий.

Оценка показателя ВДС, создаваемой непосредственно в туризме, по методу ЮНВТО подтвердила зависимость рынка туризма от политической и экономической ситуации, а также положительное влияние на рынок организации спортивных мероприятий. Оценка совокупного влияния индустрии туризма на экономику страны показала, что совокупное влияние в 4 раза превосходит прямое влияние и приносит 4% в ВДС страны. Такой высокий показатель говорит об эффективности стратегических мер в сфере туризма и значимости индустрии для экономики. С учетом мультипликационного эффекта доля занятых в туризме составляет 4,5% от всего количества занятых, но относительно мировых стандартов такой показатель является низким, и для развития индустрии туризма необходимо привлечение кадров. Показатель доли инвестиций в туризм в инвестициях в основной капитал в России также является низким относительно мировых стандартов и на 2017 год составляет 2,5%, что в 2 раза, чем в мировых туристических столицах.

Оценка показателей туризма в платежном балансе показала, что сальдо по статье «Поездки» на 2016 является отрицательным, что негативно сказывается на экономике страны, так как денежные средства, потраченные иностранными туристами в России, утекают из страны, когда россияне вывозят их за рубеж. Для создания положительного сальдо стране нужно создание привлекательного туристического предложения для внутреннего туризма и интенсификация усилий по привлечению иностранных туристов. Планы, разработанные в Федеральной программе развития туризма, направлены на повышения уровня сальдо по статье «Поездки». Так, например, на Урале создается кластер, в котором будет развиваться военно-патриотический туризм, направленный на россиян⁴⁴.

⁴⁴ URL: <https://www.russiatourism.ru> (Дата обращения: 22.02.2019).

ГЛАВА 3 ЭКОНОМЕТРИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ РЫНКА ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА РОССИИ

3.1 Моделирование спроса на въездной туризм в России

Одним из ключевых направлений в исследовании рынка въездного туризма является исследование показателей, влияющих на спрос. Изучение исследований на данную тему показало, что моделирование спроса на въездной туризм осуществляется с помощью эконометрического анализа. Популярным методом является оценка спроса на въездной туризм с помощью оценки регрессии методом наименьших квадратов.

Показателями, характеризующими результат деятельности рынка въездного туризма являются абсолютное число иностранных туристов, прибывающих в Россию, и объем платных туристических услуг, который представляет собой количественную оценку конечного потребления туристов, то есть стоимость туристских товаров и услуг. Объем платных туристских услуг отражает развитие туристского рынка, но при анализе объема туристских услуг как результирующего фактора спроса возможно наличие смещения оценок. Так, в рамках данной модели зависимой переменной станет количество иностранных граждан, въезжающих в РФ из определенной страны с целью туризма.

Переменные для регрессионного анализа подобраны с учетом результатов исследований, посвящённых данной тематике и описанных в 3 параграфе 1 главы, таким образом, чтобы возможно было оценить все сферы, оказывающие влияние на спрос на туризм в России у граждан других стран. В модели используется лаговая переменная спроса на въездной туризм. Остальные детерминанты представлены следующими группами:

- 1) экономические: ВНД, обменный курс к национальной валюте, индекс экономической свободы;
- 2) политические: индекс политической стабильности, индекс терроризма, визовые правила, санкции;
- 3) социальные: отработанные часы в неделю, уровень занятости;
- 4) культурные: объекты культурного наследия, площадь страны, участие страны в спортивных мероприятиях России.

Экономические показатели страны влияют на выбор туристической дестинации, так как определяют экономическую свободу туристов и объем бюджета на путешествия.

Валовый национальный доход страны происхождения туристов в текущих ценах, \$. ВНД учитывает доходы населения страны, которые влияют на выбор туристами направления для путешествий. Тот фактор, что ВНД рассчитан в текущих ценах позволяет учитывать изменение цен. Предполагается, что показатель ВНД положительно повлияет на объем спроса на туризм, так как более богатые люди склонны к большему количеству путешествий⁴⁵.

Среднегодовой обменный курс к национальной валюте страны, руб. Данный показатель позволяет продемонстрировать доступность рынка туризма России для граждан страны. Чем сильнее валюта государства относительно рубля, тем больше доступность туризма в России для туристов.

Индекс экономической свободы. Экономическая свобода определяется как право человека распоряжаться своим трудом и имуществом. Расчёт индекса производится на основе 12 субиндексов, учитывающих показатели, характеризующие экономическую свободу, регламентированную в законодательстве, на открытых рынках, налоговую нагрузку и пр.⁴⁶ ВНД и среднегодовой курс не отражает характер распределения доходов в стране между различными слоями населения и степень свободы в распоряжении ресурсами у туристов. Чем выше уровень экономической свободы в стране, тем больше возможностей для путешествий у большего количества людей в стране.

Политические показатели оказывают прямое влияние на объем выездных туристов в стране, а имидж страны на политической арене в глазах туристов влияет на выбор направления для путешествий.

Индекс политической стабильности. Индекс дает количественную оценку восприятию вероятности того, что правительство будет дестабилизировано или свергнуто неконституционными и насильственными методами⁴⁷. Предполагается, что индекс политической стабильности страны оказывает положительное влияние на объем туристических потоков в Россию из страны.

Индекс терроризма. Индекс дает рейтинговую оценку положения страны по фактору террористической активности, которая измеряется на основе следующих показателей: количество террористических актов, количество пострадавших и погибших,

⁴⁵ Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс / Ф. Котлер. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2007. – С.

86.

⁴⁶ URL: <https://www.heritage.org/index/about> (Дата обращения: 2.03.2019).

⁴⁷ URL: <https://info.worldbank.org/governance/wgi/#home> (Дата обращения: 2.03.2019).

объем материального урона⁴⁸. Политическая нестабильность в стране запугивает население. Чем выше политическая стабильность в стране, тем больше туристов могут посещать Россию.

Визовые правила – фиктивная переменная: 1 – безвизовый въезд для туризма, 0 – необходимость оформления виза для туризма. У России существуют соглашения с рядом стран, которые предполагают возможность гражданам этих стран въезжать в Россию без визы с целью туризма на срок до 90 дней. При наличии соглашения такого рода уменьшает количество бюрократических барьеров для путешествия в страну. Гипотеза: отсутствие визы для туризма оказывает положительный эффект на количество въезжающих иностранных туристов.

Санкции – фиктивная переменная: 1 – страна имеет санкции против России, 0 – иначе. На имидж страны в плане туризма в том числе влияет политика страны происхождения туризма относительно России. Ожидается, что при отсутствии санкций потоки туристов больше, чем при их наличии.

Социальные показатели позволяют охарактеризовать особенности поведения туристов на рынке туризма: способы траты денежных ресурсов и проведения свободного времени.

Среднегодовое количество отработанных часов одним рабочим неделю, час. Количество рабочих часов влияет на количество часов свободного времени и способ его проведения. В развитых странах при увеличении количества рабочих часов увеличивается личный доход, что позволяет людям тратить больше средств на отдых, но в то же время сокращаются временные ресурсы на отдых. Предполагается, что данный показатель оказывает отрицательное влияние на объем туристов из страны.

Уровень безработицы населения трудоспособного возраста, %. Уровень безработицы влияет на объем населения в стране, чей личный доход позволяет совершать путешествия в другие страны. Гипотеза: уровень безработицы населения окажет негативное влияние на количество иностранных туристов, въезжающих в Россию.

Культурные показатели прямо и косвенно характеризуют уровень внутреннего туризма в стране оказывают влияние на мотивацию туриста к путешествию.

Количество объектов культурного наследия UNESCO, шт. Объем объектов культурного наследия характеризует рынок внутреннего туризма. Туристическая поездка связана с посещением объектов культурного наследия, культурно-познавательный туризм

⁴⁸ URL: <http://globalterrorismindex.org> (Дата обращения: 02.03.2019).

является ключевым видом в России в соответствии с Федеральной программой развития туризма⁴⁹. При наличии большого количества объектов культурного наследия в стране резиденции туристов выездной туризм может быть замещен внутренним туризмом. Предполагается, что чем больше объектов культурного наследия в стране резиденции, тем меньше туристов въезжает в Россию.

Площадь страны, квадратные километры. Одними из перспективных направлений туризма в России является экологический туризм и круизный туризм. На территории стран существуют природные ресурсы, для которых не существует комплексной статистической оценки (индекса). Размер территории страны косвенно характеризует потенциал внутреннего туризма. Чем больше площадь страны, тем больше конкуренции составляет внутренний туризм въездному, тем меньше объем въездных туристских потоков в Россию.

Количество спортивных мероприятий, в которых принимает страна резиденции туриста, штук. Спортивные мероприятия являются способом притяжения потока туристов в страну. Количество спортивных мероприятий окажет положительный эффект на количество въездных туристов.

Для моделирования спроса были собраны данные по перечисленным выше показателям по 151 стране за 2017 год (Приложение 3). При расчете средних значений по показателям возможно будет сформировать портрет среднестатистической страны – поставщика въездных туристов в любой стране мира. Для формирования портрета типичной страны резиденции въездных туристов в России необходима коррекция показателей на коэффициент доли въездных туристов из страны в общем количестве въездных туристов в России. Так, после коррекции на упомянутые коэффициенты для детерминантов спроса получились следующие средние значения:

⁴⁹ Распоряжение Правительства Российской Федерации от 5 мая 2018 г. №872-р «Об утверждении Концепции федеральной целевой программы “Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019 – 2025 годы)”» // СПС КонсультантПлюс.

Таблица 4 Средние значения показателей, скорректированные на коэффициент доли количества въездных туристов страны в общем количестве въездных туристов в России

Обозначение	Среднее значение
<i>GNI</i>	1 653 362, млн долл. США
<i>unemp</i>	5,46 %
<i>curr</i>	30,73 руб.
<i>area</i>	3 876,86 тыс. км кв.
<i>hours</i>	41,14 ч.
<i>pol_st</i>	0,11
<i>ec_fr</i>	66,4
<i>terr</i>	4,08
<i>unesco</i>	32,16 шт.
<i>event</i>	2 шт.
<i>sanc</i>	0,5
<i>visa</i>	0,19

Источники: URL: <https://data.worldbank.org>, <http://globalterrorismindex.org>, <https://www.heritage.org/index/about>, <https://en.unesco.org>, <http://olympic.ru> (Дата обращения: 21.02.2019).

В рамках данной выборки максимальное значение количества туристов, въезжающих в Россию из страны в 2017 году, равняется 1,1 млн и относится к Китаю. Ни одного туриста не приехало в Россию из Лесото и Либерии.

1. ВНД типичной страны составляет 1,6 трлн долларов США, что характерно для стран с развитой экономикой, странами с близким показателем к данному являются Италия, Республика Корея, Канада. Среднее значение ВНД без корректирующего коэффициента по выборке: 0,3 трлн долларов США. Такая ситуация говорит о том, что для российского въездного туризма характерно принятие туристов из наиболее богатых стран.
2. Площадь: 3 876 тысяч квадратных км, что в 2 раза меньше США. Средний показатель площади по выборке – 646 тысяч квадратных км. Для России характерно преобладание туристов из стран с большим размеров территории.
3. Количество рабочих часов в неделю – 41,1 часов. Среднее значение по выборке – 41,6. В данном случае детерминанта российского рынка въездного туризма почти не отличается от общемирового.
4. Страна скорее политически стабильна, чем нестабильна: об этом говорит положительный знак индекса политической стабильности, который варьируется от -2,6 до 1,6: 0,11, например, такое значение характерно для Румынии. В мире данный показатель = -0,6, что свидетельствует о том, что в Россию в основном

приезжают туристы из политически стабильных стран относительно мировой тенденции.

5. Индекс экономической свободы составляет 66,4, близкое Португалии значение. Среднее значение данного индекса в выборке эквивалентно 61,4. Таким образом, можно судить о том, что Россия принимает иностранных туристов из более экономически свободных стран, чем в среднем по миру.
6. Глобальный индекс терроризма 4,08 (Южная Африка, Алжир), что является достаточно высоким показателем при индексе терроризма в мире 1,5.
7. Количество объектов культурного наследия UNESCO – 32 штук, в то время как для мира среднее значение по данному показателю – 6 штук. Туризм в России пользуется спросом в основном среди туристов, страны которых очень богаты на культурно-познавательный туризм.
8. Количество спортивных мероприятий в России, проведенных с участием страны резиденции туриста – 2 штуки. Так, значительную часть туристов в Россию притягивают спортивные мероприятия, относительно общемирового показателя количества спортивных мероприятий в России.
9. Наличие санкций против России – 0,5, среднее значение по выборке без коррекции – 0,3. Въездные туристы России отличаются от въездных туристов в других странах большей вероятностью наличия санкций против России у страны их резиденции.
10. Наличие соглашения о безвизовом въезде – 0,2. Без коррекции среднее значение – 0,2. Следовательно, туристы России не отличаются от туристов по всему миру в разрезе наличие у страны резиденции туриста безвизового режима.

Основой для модели спроса служит выборка данных о 151 стране по 15 показателям, описанным выше за 2017 год: 2265 наблюдений. Список стран был сформирован на основании наличия данных, необходимых для построения модели (Приложение 3).

Показатель количества иностранных граждан, въехавших в РФ с целью туризма был проанализирован на наличие выбросов с помощью метода расстояний Кука (Приложение 3). Было выявлено, что туристические потоки из Китая, Германии, Ирана, Индии и Японии являются выбросами, поэтому перечисленные страны были исключены из выборки. Таким образом, количество анализируемых стран сократилось до 147, данные страны обеспечивают 53,2% въездного туризма в Россию.

Таблица описательных статистик выборки представлена ниже (табл. 5). Исходя из данных можно сделать вывод о сильном размахе в данных, что говорит о наличии значительной дифференциации, несмотря на исключение выбросов.

Таблица 5 Описательные статистики выборки перекрестных данных

Обозначение	Минимум	Максимум	Среднее значение	Медиана	Стандартное отклонение	Экспесс
<i>TOURISTS</i>	0	235 355	14 256	1 367	34 781	20,89
<i>TOURISTS_1</i>	1	178 081	12 312	1 105	28 871	14,63
<i>GNI</i>	1 236	18 980 259	1 669 176	45 164	1 669 176	107,89
<i>pop</i>	6 5441	325 147 121	27 323 157	97 451 159,5	49 177 296	14,47
<i>unemp</i>	0,1	27,7	6,7	5	5,23	2,7
<i>curr</i>	0	192,3	21,14	4,3	32,75	6,58
<i>area</i>	0,2	9147,4	573,01	130,2	1434,7	24,63
<i>hours</i>	32	52	41,54	40	4,48	-0,65
<i>pol_st</i>	-2,4	1,6	-0,06	0	0,86	-0,43
<i>ec_fr</i>	5,9	90,2	61,42	61,4	11,8	2,92
<i>terr</i>	0	1,5	2,24	1,5	2,37	-0,55
<i>unesco</i>	0	51	6,21	3	8,45	11,95
<i>event</i>	0	4	0,52	0	0,74	3,8
<i>sanc</i>	0	1	0,3	0	0,46	-1,17
<i>visa</i>	0	1	0,19	0	0,39	0,49

Источники: URL: <https://data.worldbank.org>, <https://www.cbr.ru>, <http://globalterrorismindex.org>, <https://www.heritage.org/index/about>, <https://en.unesco.org>, <http://olympic.ru>.

- *TOURISTS* – количество, въезжающих в РФ иностранных граждан с целью туризма, чел.;
- *TOURISTS_1* – лаговая переменная для количества, въезжающих иностранных граждан с целью туризма, чел.;
- *GNI* – ВНД в текущих ценах, долл. США;
- *pop* – население страны на конец года, чел.;
- *unemp* – уровень безработицы среди трудоспособного населения, %;
- *curr* – среднегодовой обменный курс рубля к валюте страны иностранного туриста;
- *area* – площадь страны, квадратных км;
- *hours* – среднее количество часов, отработанных одним человеком за неделю, часы;
- *pol_st* – индекс политической стабильности;
- *ec_fr* – индекс экономической свободы;

- *terr* – глобальный индекс терроризма;
- *unesco* – объекты культурного наследия ЮНЕСКО, шт.;
- *event* - спортивные соревнования, в которых страна участвует в РФ, шт.
- *sanc* – наличие санкций относительно России: 1 – существуют санкции, 0 – иначе;
- *visa* – визовые правила для въезда в РФ: 1- безвизовый въезд, 0 – необходима виза.

Функция спроса на въездной туризм может быть представлена:

$$TOURISTS_i = f(TOURISTS_{-1}, GNI_i, pop_i, curr_i, unemp_i, hours_i, area_i, pol_st_i, ec_fr_i, terr_i, unesco_i, event_i, sanc_i, visa_i)$$

где $i = 1, \dots, 147$ (4)

В процессе исследования были оценены различные формы модели и выбрана наиболее качественная. Модель функции спроса на въездной туризм в 2017 году по 147 странам мира была оценена по методу наименьших квадратов:

$$\ln TOURISTS = 0,91 \ln TOURISTS_{-1} + 0,11 \ln GNI + 0,07 \ln curr - 0,09 \ln unemp - 0,14 \ln hours + 0,28 visa \quad (5)$$

Данная модель является логарифмической, как и модели в большинстве научных работах, посвященных анализу спроса на въездной туризм. Также в результате анализа нелинейным моделям RESET-тест продемонстрировал неправильность спецификации. Модель в целом значима в соответствии с тестом Фишера (Приложение 3). Каждый из её коэффициентов значим на 10% уровне. Модель высокого качества, так как объясняет 99,6% выборки. Гетероскедастичность остатков была проверена с помощью теста Уайта и не была обнаружена. Коэффициент VIF показал отсутствие мультиколлинеарности. Спецификация модели является правильной, что доказывает RESET-тест.

Интерпретация коэффициентов модели спроса выглядит следующим образом.

1. При увеличении потока въездных туристов в 2016 на 1% поток въездных туристов в 2017 увеличится в среднем на 0,9%. Гипотеза о положительном эффекте лага переменной количества въездных туристов подтверждена.
2. Увеличение ВНД страны резиденции туриста на 1% влечет за собой увеличение количества въездных туристов в Россию из страны на 0,11%. Так, гипотеза о положительном влиянии благосостояния страны на спрос на въездной туризм подтвердилась.

3. Повышение обменного курса рубля относительно национальной валюты туриста провоцирует повышение спроса на въездной туризм на 0,07%. Гипотеза об обратном влиянии курса валют на спрос на туризм подтверждается.
4. Если уровень безработицы населения страны увеличивается на 1%, то количество въездных туристов из этой страны в Россию снижается на 0,09%. В данной случае гипотеза об обратной взаимосвязи переменных подтверждается. Объяснение такого коэффициента: увеличение занятости связано с увеличением доходов населения и предпочтения путешествий в другие страны для отдыха.
5. Увеличение количества средних часов отработанных человеком в неделю на 1% ведет к сокращению количества въездных туристов на 0,14%. Так, гипотеза об обратной связи показателей подтверждена. Наличие большего количества часов на отдых провоцирует туристов совершать путешествия в Россию. При наличии небольшого объема времени на отдых туристами часто выбирается туризм внутри своей страны. Также для многих стран для туризм в России необходимо получение визы, и данная процедура занимает весомую долю этапа планирования путешествия, поэтому туристы с высокой занятостью предпочитают путешествия в страны, с которыми заключено соглашение о возможности безвизового въезда с целью туризма.
6. В сравнении с туристами, не имеющими возможности безвизового въезда, туристов, способных въехать без визы на 28% больше. Гипотеза о положительном эффекте данного показателя подтвердилась.

3.2 Кластерный анализ рынка въездного туризма России

Рынок туризма функционирует по принципу уравнивания спроса и предложения. Моделирование спроса было проведено в предыдущем параграфе. В данном параграфе рынок въездного туризма России будет рассмотрен с точки зрения предложения. В работе Zhou, Bonham и Gangnes (2007) анализ исследований, посвященных моделированию предложения туризма доказал, что предложение на рынке туризма является совершенно эластичным⁵⁰.

В рамках данной работы рынок предложения туризма исследуется с помощью кластерного анализа с целью оценить дифференциацию туристского продукта в

⁵⁰ Zhou T., Bonham C., Gangnes B. Modeling the supply and demand for tourism: a fully identified VECM approach / T. Zhou, C. Bonham, B. Gangnes // University of Hawaii at Manoa. – 2007. – P. 5.

различных регионах России. Кластерный анализ осуществляет классификацию объектов на однородные группы на основе определенного набора переменных. Классификация субъектов поможет в разработке стратегий для развития туристского продукта в России с учетом региональных особенностей.

Количество иностранных граждан, зарегистрированных в коллективных средствах размещения субъекта отражает спрос на туризм в регионе в настоящий момент. Заметим, что в 2017 году в России было зарегистрировано 6 млн иностранных туристов в КСР, в то время как количество въехавших иностранных туриста составило 3,8 млн человек, а количество туристических поездок иностранцев в Россию составило 24,3 млн в год. Так, можно сделать вывод, что в среднем туристы останавливаются в 1,6 местах проживания, то есть в основном, люди предпочитают путешествовать в одном городе⁵¹.

Количество средств коллективного размещения в субъекте. Рынок туризма представляет собой совокупность отдельных хозяйствующих субъектов, предоставляющих туристские услуги⁵². Поэтому единицей наблюдения в статистике предложения туристских услуг является коллективное средство размещения. Коллективным средством размещения может является гостиница, общежитие, санаторий, hostel, гостевой дом и другое. Количество средств размещения влияет на туристов при выборе направления путешествия, а также на качество предоставляемых туристских услуг.

Объем оказанных платных туристских услуг в субъекте является показателем, отражающем результат деятельности рынка туризма в целом, так как в него включаются данные по услугам, оказанным национальным туристам, в том числе. В моделях спроса на туризм часто используется объем платных туристских услуг как зависимая переменная. Данный показатель определяет эффективность функционирования рынка туризма.

Количество объектов культурного наследия, внесенных в реестр, в субъекте. Объекты культурного наследия являются средством притяжения туристов и характеризуют предложение рынка туризма с точки зрения культурной составляющей. Зачастую главной задачей туристов в поездке является посещение ряда объектов, представляющих культурную ценность, поэтому при выборе субъекта для путешествия количество объектов культурного наследия будет играть значительную роль.

⁵¹ URL: <https://fedstat.ru> (Дата обращения: 22.02.2019).

⁵² Александрова А. Ю. Статистика туризма / А.Ю. Александрова. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – с. 30.

Выборкой для кластерного анализа являлись данные по перечисленным выше четырем показателям: количество иностранных граждан, размещённых в средствах коллективного размещения; количество средств коллективного размещения; объем платных туристских услуг населению и количество объектов культурного наследия по 81 субъекту РФ за 2017 год. Кластеризация была осуществлена с помощью иерархического метода и метода К-средних. Перед началом анализа выборка была проанализирована на наличие выбросов, так как для проведения кластерного анализа необходимо их удаление. Выбросы были идентифицированы с помощью коробчатой диаграммы и расстояний Кука, в выборке оказались такие субъекты, как Москва, Санкт-Петербург, Краснодарский край, Свердловская область (Приложение 4). Перечисленные субъекты обеспечивают 67% потока иностранных граждан, размещенных в КСР в России, в частности 42% туристов приходится на Москву (рис. 24). После удаления выбросов в выборке осталось 77 субъектов РФ.

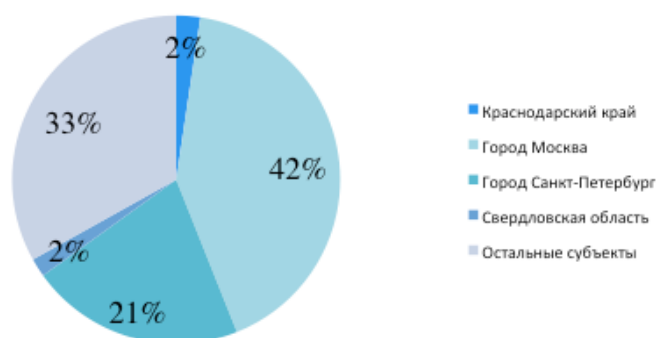


Рисунок 24 Структура количества туристов, размещенных в КСР, по регионам РФ
Построено по: URL: <https://fedstat.ru> (Дата обращения: 30.03.2019)

При иерархическом методе кластеризации осуществляется построение иерархической структуры: за объединением кластеров следует их группировка во все более крупные⁵³. Был использован метод Варда, в котором кластеры сформированы так, что квадраты евклидовых расстояний минимальны до кластерных средних. На основе данных плана агломерации, который отражает количество случаев и кластеров, которые необходимо сгруппировать на каждой итерации, было определено количество кластеров – 3, так наибольшее значение скачка коэффициента наблюдается на 74 шаге (Приложение

⁵³ Малхотра Н. К. Маркетинговые исследования: Практическое руководство : Пер. с англ. / Н. К. Малхотра. – М.: ООО «И.Д. Вильямс», 2016. – С. 909.

4). На древовидной диаграмме можно определить, номера каких субъектов объединены в один кластер (Приложение 4).

Метод К-средних – неиерархический метод кластеризации, при котором после определения центра кластера происходит группировка объектов в пределах заданного от центра порогового значения⁵⁴. Для анализа методом К-средних было так же выбрано 3 кластера. В результате анализа было выявлено, что к 1 кластеру относится 3 субъекта, ко 2 – 58, к 3 – 16. Состав регионов, относящихся к каждому кластеру представлен в приложении 3. Результаты анализа методом К-средних представлены в таблице 6.

Таблица 6 Результаты кластеризации методом К-средних

Показатель	1 кластер	2 кластер	3 кластер
<i>Количество регионов в кластере, шт.</i>	3	58	16
Конечные центры кластеров			
<i>Количество иностранных граждан в КСР, тыс. чел.</i>	112	15	37
<i>Количество КСР, шт.</i>	770	159	377
<i>Объем платных туристских услуг, оказанных населению, млн руб.</i>	7,2	0,7	2,9
<i>Количество объектов культурного наследия, занесенных в реестр, шт.</i>	2809	890	1179

Рассчитано по: URL: <https://fedstat.ru> (Дата обращения: 30.03.2019)

По показателю количества иностранных граждан в КСР кластеры значительно дифференцированы и имеют различные уровни развития туристской индустрии.

В первом кластере находятся такие субъекты, как Московская область, Нижегородская область и Республика Крым. Это субъекты с самыми высокими значениями количества КСР – 770 тысяч (в 5 раз превышает данное значение во 2 кластере и в 2 - в 3), количества объектов культурного наследия порядка 2,8 тысячи штук, объема рынка туристских услуг (примерно 7,2 млн руб.). Количество иностранных туристов в данном кластере значительно отличается от значений данного показателя в других кластерах: 112 тысяч человек, что превышает 2 кластер в 7,5 раз, а 3 – в 3 раза. Такая ситуация говорит о

⁵⁴ Малхотра Н. К. Маркетинговые исследования: Практическое руководство : Пер. с англ. / Н. К. Малхотра. – М.: ООО «И.Д. Вильямс», 2016. – С. 912.

развитости 1 кластера на рынке туризма и высоком уровне развития туристского продукта, пользующегося большим спросом.

Второй кластер является самым многочисленным: 58 субъектов. В данный кластер входят Камчатка, Якутия, Оренбургская область, Мурманская область и другие. Второй кластер имеет самую низкую количественную оценку, предоставляемого туристского продукта. Показатели центров кластера: количество КСР – 159 штук (в 10 раз меньше, чем в 1 кластере), объем рынка туристских услуг – 0,7 млн рублей (так же в 10 раз меньше значения 1 кластера), количество объектов культурного наследия – 890 штук (в 3 раза меньше, чем в 1 кластере). Количество объектов культурного наследия говорит о том, что кластер имеет большой потенциал, но низкий уровень развитости туристской инфраструктуры не стимулирует прибытие иностранных туристов. Так, например, на Камчатке расположены вулканы, представляющие собой средство притяжения туристов, занимающихся экотуризмом и активным туризмом, но в виду отсутствия хорошего уровня инфраструктуры и продвижения туристского продукта данное направление неизвестно туристам. Поэтому в рамках Стратегии развития туризма в планах развитие инфраструктуры для экстремального туризма на Камчатке.

К третьему кластеру относятся 16 субъектов РФ: Красноярский край, Иркутская область, Республика Дагестан, Республика Татарстан, Ростовская область, Архангельская область и другие. Данные регионы имеют следующее значение показателя по количеству туристов: 37 тысяч человек. Значения показателей находятся между значениями соответствующих показателей 1 кластера и 2 кластера. 377 КСР, объем туристских услуг - 2,9 млн рублей, 1179 объектов культурного наследия. В данном кластере показатели туристской инфраструктуры в несколько раз превышают соответствующие показатели во 2 кластере, но при этом количество объектов культурного наследия больше всего на 30%. В данном кластере находятся регионы с популярными среди туристов достопримечательностями, но слабо развитой туристской инфраструктурой. Например, в Иркутской области находится всемирно известное озеро Байкал, в Республике Татарстан – Мечеть Кул-Шариф – центр притяжения для путешествующих мусульман, а в Волгограде находится знаменитый Мамаев Курган.

Перед проведением кластеризации из выборки были удалены данные по Москве, Санкт-Петербургу, Краснодарском краю, Свердловской области. 67% всех туристов приезжает в эти регионы.

Таблица 7 Значения показателей туристского предложения для выбросов

Показатель	Москва	Санкт-Петербург	Свердловская область	Краснодарский край
<i>Количество иностранных граждан в КСР, тыс. чел.</i>	2 516	1 277	111	144
<i>Количество КСР, шт.</i>	1 323	845	477	4 641
<i>Объем платных туристских услуг, оказанных населению, млн руб.</i>	22,64	6,68	1,36	7,25
<i>Количество объектов культурного наследия, занесенных в реестр, шт.</i>	6 115	6 070	1 731	1 982

Источник: URL: <https://fedstat.ru> (Дата обращения: 30.03.2019)

Самое большое количество иностранных туристов в 2017 прибыло в Москву – более 2,5 млн человек, Санкт-Петербург посетили 1,3 млн туристов, Краснодарский край – 144 тыс. туристов и Свердловскую область – 111 тыс. туристов.

Все показатели, кроме количества иностранных граждан, зарегистрированных в КСР, были рассчитаны с учетом национального туризма. Этим объясняется самые высокие значения по количеству КСР и объему туристских услуг в Краснодарском крае. Краснодарский край является самым популярным курортом для российских туристов, но он не привлекателен для иностранных туристов, так как уровень инфраструктуры и сервиса в данном регионе неконкурентоспособен на мировой арене.

Интересно заметить, что в Санкт-Петербурге в 2 раза меньше, чем в Москве за рассматриваемый период, но при этом объем туристских услуг в Санкт-Петербурге 3 раза ниже, чем в Москве. Такую ситуацию можно объяснить большей популярностью Москвы среди внутренних туристов и более дорогими и разнообразными услугами в сфере туризма в Москве относительно Санкт-Петербурга.

Визуальная интерпретация кластеризации на карте России представлена на рисунке 25. Регионы, притягивающие иностранных туристов в основном сконцентрированы на западе. Регионы, расположенные на севере страны, не популярны по причинам отсутствия средств притяжения туристов и особенностям климатических условий.

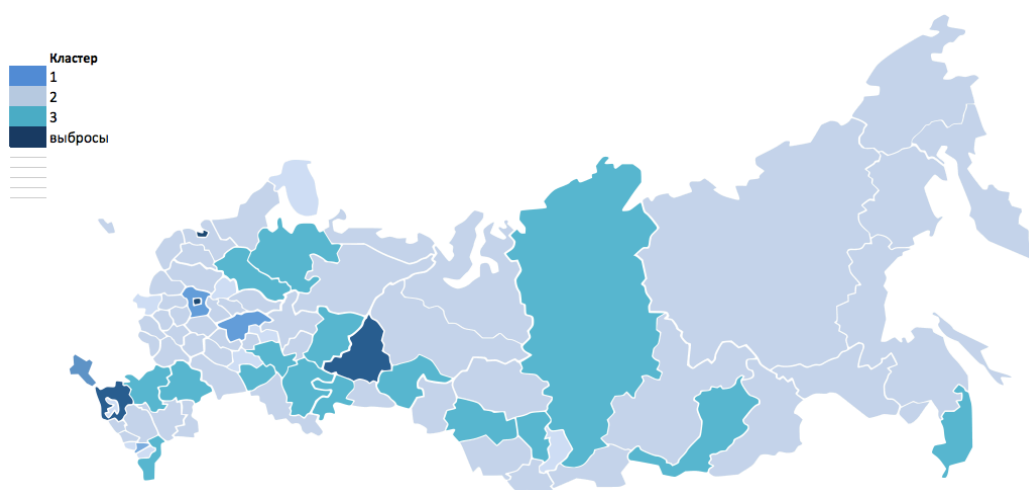


Рисунок 25 Картограмма кластеров субъектов РФ по уровню развитости въездного туризма

Построено на основе кластерного анализа

Таким образом, кластерный анализ продемонстрировал различия в показателях, характеризующих предложение на рынке въездного туризма. Было выявлено 3 кластера, качественно характеризующих региональную дифференциацию туристического продукта в России.

Выводы к Главе 3

Перед моделированием спроса был выбран состав детерминант, оказывающих влияние на спрос рынка въездного туризма в России. На основе значений данных показателей был составлен портрет типичной страны-потребителя туристских услуг России: страна с высоким годовым доходом – 1,6 трлн долларов США, большой площадью – 3,8 млн кв. метров, с длиной рабочей недели – 41 час, политически стабильна и экономически свободна (относительно мировых значений по данным показателям), с очень высоким уровнем терроризма, очень большим количеством объектов всемирного наследия UNESCO, возможно имеет санкции против России и не имеет безвизового режима, принимает участие в спортивном соревновании в России.

Для моделирования спроса с помощью метода наименьших квадратов была оценена логарифмическая регрессия. Была получена качественная и адекватная модель спроса. На спрос на въездной туризм в Россию влияют экономические, социальные факторы и наличие безвизового режима, а также лаговая переменная для количества въездных туристов. Так, положительно на спрос влияют количество туристов за прошлый год, ВНД страны, сила национальной валюты относительно рубля, занятость в стране и

наличие безвизового режима с Россией; негативно сказывается увеличение количества рабочих часов в неделю.

С помощью кластерного анализа субъектов РФ была оценена дифференциация предложения на рынке въездного туризма в России. Методом К-средних были выделены 3 кластера: 3 наиболее привлекательных для туристов региона; 16 субъектов с большим потенциалом, но низким уровнем развития инфраструктуры; 58 субъектов непривлекательных для иностранных туристов с низким уровнем развития туристского продукта. Также были обнаружены выбросы: Москва, Санкт-Петербург, Краснодарский край, Свердловская область, которые принимают 67% всех иностранных туристов России в год.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Была поставлена следующая цель работы: комплексный экономико-статистический анализ рынка въездного туризма Российской Федерации.

С результате проведенного исследования были получены следующие результаты.

Обзор индустрии рынка туризма показал, что рынок туризма вносит значительный вклад в экономику мира: в доходы стран, в мировой экспорт товаров и услуг и в обеспеченность населения рабочими местами, при этом оказывая мультипликативный эффект.

Анализ динамики рынка въездного туризма продемонстрировал то, что он развивается высокими темпами, но при этом проявляет значительную чувствительность к политической ситуации. Проведение спортивных мероприятий помогает стране стабилизировать динамику рынка и имидж страны как туристического направления. Также на рынке присутствует влияние сезонности, наиболее благоприятным временем для туристов является лето. В соответствии с рейтингом конкурентоспособности туризма России не хватает более легкой процедуры оформления визы и более высокого уровня безопасности для того, чтобы достичь высоких показателей на мировой арене туристского рынка.

Анализ структуры рынка въездного туризма показал, что потоки туристов в Россию, в основном, обеспечиваются странами ближнего зарубежья, такими как Украина, Казахстан, Азербайджан и Армения и странами Азии, например, Китай, Южная Корея и Япония и странами-участницами спортивных мероприятий.

В результате оценки влияния рынка туристских услуг на экономику страны были получены следующие результаты. Совокупное влияние в 4 раза превосходит прямое влияние и приносит 4% в ВДС страны. Такой высокий показатель говорит об эффективности стратегических мер в сфере туризма и значимости индустрии для экономики. Доля занятых в туризме составляет 4,5% от всех занятых с учетом мультипликатора. Для достижения мирового уровня туристской индустрии необходимо привлечение большего количества кадров. Инвестиции в туризм в России в 2 раза, чем в странах с высоким уровнем развития туризма, что свидетельствует о необходимости развития государственного и частного партнерства для развития туризма в России.

Оценка показателей туризма в платежном балансе продемонстрировала, что сальдо по статье «Поездки» на 2016 является отрицательным, что негативно сказывается на

экономике страны, так как денежные средства, потраченные иностранными туристами в России, утекают из страны, когда россияне вывозят их за рубеж.

Был выбран состав детерминант, оказывающих влияние на спрос на рынке въездного туризма России с точки зрения экономической, политической, социальной и культурной сфер. С помощью описательных статистик детерминант спроса было определено, что типичной страной-потребителем туризма в России является страна с высоким годовым доходом – 1,6 трлн долларов США, большой площадью – 3,8 млн кв. метров, политически стабильна и экономически свободная, очень большим количеством объектов всемирного наследия UNESCO, возможно имеет санкции против России и не имеет безвизового режима, принимает участие в спортивном соревновании в России.

Результаты моделирования спроса показали зависимость спроса от экономических, социальных и политических факторов, характеризующих страну происхождения туриста. Положительное влияние на спрос на туризм в России оказывает валовый национальный доход страны происхождения туриста, курс национальной валюты туриста, уровень занятости и наличие соглашения о возможности безвизового въезда в Россию с целью туризма. Такое положение говорит о том, что Россия воспринимается туристами как дорогостоящее направление для путешествия, поэтому пользуется спросом у стран с высоким доходом, уровнем занятости и стабильной валютой. Отсутствие процедуры оформления визы позитивно бы сказалось на рынке туризма в России, а в соответствии со Стратегией развития туризма до 2020 года страна движется в данном направлении. Также было определено, что негативно значимым является количество рабочих часов в неделю, что говорит о том, что Россия не рассматривается как направления для краткосрочного отдыха.

Кластерный анализ показал значительную дифференциацию предложения туристского продукта в России. Были выделены 3 группы субъектов РФ: привлекательные для туристов с развитой инфраструктурой; субъекты с большим потенциалом и неразвитой инфраструктурой; субъекты непривлекательные для иностранных туристов с низким уровнем развития туристской индустрии. Субъекты с развитой туристской индустрией не многочисленны (7 субъектов), и расположены в западной части страны. Развитие других субъектов России в направлении экотуризма, круизного туризма и экстремального туризма поможет реализовать их потенциал и привлечь новые группы туристов на российский рынок.

Развитие исследования в будущем может заключаться в анализе функционирования рынка въездного туризма в 15 укрупненных инвестиционных

кластерах, которые являются ключевым направлением туристической деятельности в рамках Концепции федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019 – 2025)»: Черноморское побережье, Приволжье, Кавказ, Каспий, Серебряное ожерелье России, Центральная Россия, Русская Балтика, Урал, Сибирь, Приморье, Волжский путь, Русская Арктика, Амур, Камчатка, Байкал.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

Нормативно-правовые акты

1. Приказ Росстата от 12.08.2014 №510 «Об утверждении Официальной статистической методологии оценки числа въездных и выездных туристских поездок» // СПС КонсультантПлюс.
2. Приказ Росстата от 29.09.2017 №643 «Об утверждении официальной статистической методологии формирования официальной статистической информации об объеме платных услуг населению в разрезе видов услуг» // СПС КонсультантПлюс.
3. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 5 мая 2018 г. №872-р «Об утверждении Концепции федеральной целевой программы “Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019 – 2025 годы)”» // СПС КонсультантПлюс.
4. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 31 мая 2014 г. №941-р «Об утверждении Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года» // СПС КонсультантПлюс.
5. Федеральный закон от 24.11.1996 № 132-ФЗ (ред. от 04.06.2018) «Об основаниях туристской деятельности в Российской Федерации» // СПС КонсультантПлюс.

Монографии, учебники, учебные пособия

1. Александрова А. Ю. Статистика туризма / А.Ю. Александрова. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 464 с.
2. Балабанов А. И., Балабанов И. Т. Внешнеэкономические связи / А.И. Балабанов, И.Т. Балабанов. - М.: Финансы и статистика, 2000. — 512 с.
3. Бухтоярова И. В. Статистический анализ рынка туристских услуг в России / И. В. Бухтоярова. – М.: Московский государственный университет экономики, статистики и информатики, 2003. – 185 с.
4. Гельман В. Я. Статистика туризма / В. Я. – М.: Издательский центр «Академия», 2010. – 336 с.
5. Зайцева Н. А. Инвестиционная деятельность в туризме и гостиничном бизнесе в РФ / Н.А. Зайцева. – М.: Институт туризма и гостеприимства, - 2006. – С. 84-90.
6. Квартальнов В. А. Туризм. Учебник. / В.А. Квартальнов. - М.: Финансы и статистика, 2003. – 320 с.
7. Ковалев В. В. Теория статистики с элементами эконометрики / В.В. Ковалев. - М.: Издательство Юрайт, 2014. – 670 с.
8. Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс / Ф. Котлер. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2007. – 656 с.
9. Малхотра Н. К. Маркетинговые исследования: Практическое руководство : Пер. с англ. / Н. К. Малхотра. – М.: ООО «И.Д. Вильямс», 2016. – 1184 с.
10. Подкорытова О. А. Анализ временных рядов: учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / О. А. Подкорытова, М. В. Соколов. – М.: Издательство Юрайт, 2017. – 266 с.
11. Frechtling D. C. Practical tourism forecasting / D. C. Frechtling. – Oxford: Butterworth-Heinemann, 1996. – 245 p.
12. Song H., Witt S. F. Tourism Demand Modelling and Forecasting: Modern Econometric Approaches / H. Song, S. F. Witt. – Cambridge: Pergamon, 2000. – 186 p.

Статьи в журналах и других периодических изданиях

1. Беднова М. А., Ратников Т. А. Эконометрический анализ спроса на въездной туризм в России / М.А. Беднова, Т.А. Ратников // Прикладная эконометрика – 2011. №1 (21) - С. 97-113.

2. Борисова А. О. Экономико-математический анализ факторов развития въездного туризма в России / А.О. Борисова // Известия Байкальского государственного университета, - 2017. Т. 27 №4. - С. 523-531.
3. Китаева Л. В. Макроэкономические аспекты индустрии гостеприимства / Л.В. Китаева // Вестник экспертного совета, - 2017. №2 (9), - С. 114-120.
4. Algieri B. An econometric estimation of the demand for tourism: the case of Russia / B. Algieri // Tourism Economics. – 2006, №12. – P. 5–20.
5. Lim C. An econometric classification and review of international tourism demand models / C. Lim // Tourism Economics Vol. 3. – 1997, - P. 69 - 81.
6. Sheresheva M. The main trends, challenges and success factors in the Russian hospitality and tourism market / M. Sheresheva // Worldwide Hospitality and Tourism Themes. – 2016, Vol. 8 Issue: 3. – P. 260 – 272.
7. Su Y.-W., Lin H.-L. Analysis of International tourist arrivals worldwide: The role of heritage sites / Y.-W. Su, H.-L. Lin // Tourism Management. – 2014, Vol. 40. – P. 46-58.
8. Tang J., Sriboonchitta S., Ramos V., Wong W. Modelling dependence between tourism demand and exchange rate using the copula-based GARCH model / J. Tang, S. Sriboonchitta, V. Ramos, W. Wong // Current Issues of Tourism. – 2016, Vol. 19 №9. – P. 876-894.
9. Wu P., Song H., Shen S. New developments in tourism and hotel demand modeling and forecasting / P. Wu, H. Song, S. Shen // Journal of Hospitality and Tourism Technology. – 2017, Vol. 29 Issue: 1. – P. 507 - 529.
10. Zhou T., Bonham C., Gangnes B. Modeling the supply and demand for tourism: a fully identified VECM approach / T. Zhou, C. Bonham, B. Gangnes // University of Hawaii at Manoa. – 2007. – 33 p.

Статистические сборники и отчеты

1. Внешняя торговля Российской Федерации услугами / Центральный банк Российской Федерации. - М.: Центральный банк Российской Федерации, 2016. – 322 с.
2. Вспомогательный счет туризма: рекомендуемая методологическая основа, 2008 г. Серия F. №80 / ООН. – Париж: изд-е ООН, 2010. – 132 p.
3. Система статистического учета въездных туристов: барьеры развития отрасли / Аналитический центр при Правительстве Российской Федерации. – Москва: Аналитический центр при Правительстве Российской Федерации, 2017. – 20 с.
4. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017 / World Economic Forum. – Geneva: the World Economic Forum, 2017. – 370 p.
5. Travel & Tourism. Economic impact 2018. Russian Federation / World Travel & Tourism Council. - London: World Travel & Tourism Council, 2018. – 24 p.
6. UNWTO International Recommendations for Tourism Statistics 2008 / United Nations and World Tourism Organization. – New York: United Nations, 2010. – 134 p.
7. UNWTO Tourism Highlights: 2018 Edition / World Tourism Organization. – Madrid: UNWTO, 2018. - 19 p.
8. UNWTO. World Tourism Barometer – January 2017. / World Tourism Organization. – Madrid: UNWTO, 2018. - 6 p.

Электронные ресурсы и документы

1. URL: <http://www2.unwto.org> (Дата обращения: 20.11.2018).
2. URL: <https://www.cbr.ru> (Дата обращения 20.11.2018).
3. URL: <https://data.worldbank.org> (Дата обращения 30.11.2018).
4. URL: <https://en.unesco.org> (Дата обращения: 12.12.2018).
5. URL: <https://fedstat.ru> (Дата обращения: 22.02.2019).
6. URL: <https://www.fedstat.ru/indicator/31598> (Дата обращения 22.11.2018).
7. URL: <http://www.gks.ru/> (Дата обращения: 20.11.2018).

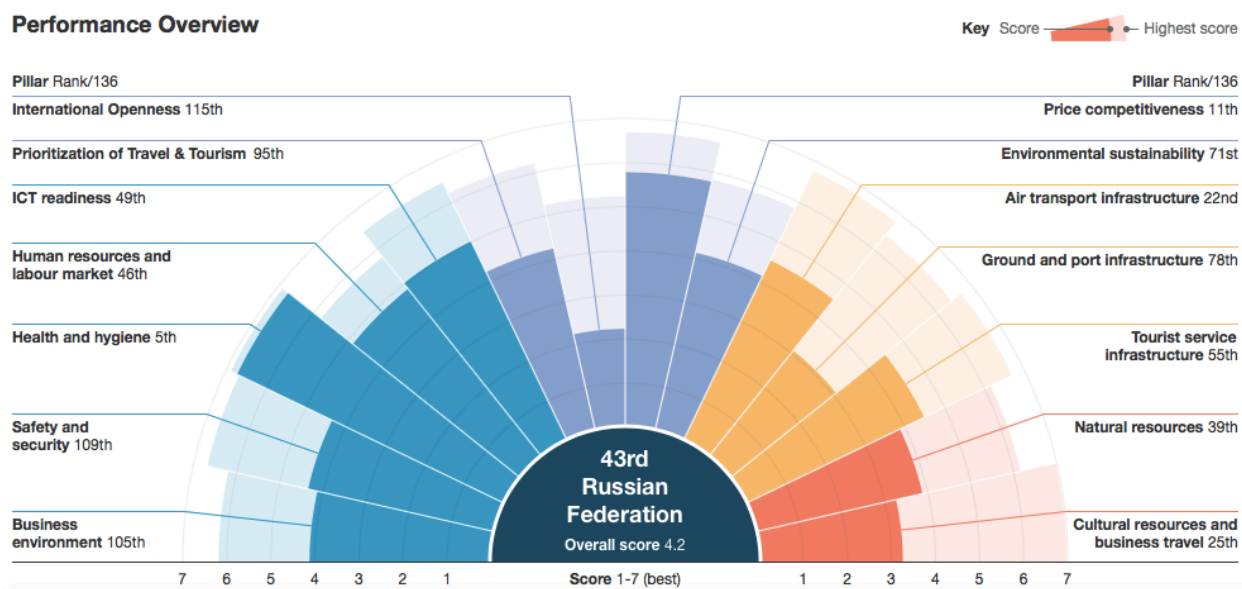
8. URL: <http://globalterrorismindex.org> (Дата обращения: 02.03.2019).
9. URL: <https://www.heritage.org/index/about> (Дата обращения: 2.03.2019).
10. URL: <http://olympic.ru> (Дата обращения: 21.02.2019).
11. URL: <https://opendata.mkrf.ru/opendata> (Дата обращения: 22.02.2019).
12. URL: <https://www.russiatourism.ru> (Дата обращения: 22.02.2019).
13. URL: <https://www.weforum.org/> (Дата обращения: 20.11.2018).
14. URL: <https://www.wttc.org> (Дата обращения: 20.11.2018).

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1

Россия в рейтинге конкурентоспособности туристического рынка

Performance Overview



Источник: URL: <https://www.weforum.org/> (Дата обращения: 20.11.2018).

Приложение 2

Типовой образец въездной (выездной) карточки, рекомендуемый ЮНВТО

Иммиграционная служба	№ карточки прибытия _____		
Заполняется всеми путешествующими лицами вне зависимости от возраста (в соответствии с паспортными данными)			
1. Фамилия	Имя		
2. Пол мужской <input type="checkbox"/> женский <input type="checkbox"/>	3. Дата рождения день месяц год		
4. Гражданство	5. Род занятий		
6. Адрес местонахождения в посещаемой стране (дом, улица, город)			
7. Страна постоянного жительства (домашний адрес)			
8. Паспорт	Номер _____	Место выдачи _____	
Дата выдачи _____		День, месяц, год	
9. Для прибывающих пассажиров пункт посадки _____			
Для отбывающих пассажиров пункт остановки _____			
10. Главная цель посещения (сделайте отметку в соответствующем квадратице)			
1) возвращение резидентов	<input type="checkbox"/>	5) деловые и профессиональные цели	<input type="checkbox"/>
2) иммиграция (включая трудовую)	<input type="checkbox"/>	6) лечение	<input type="checkbox"/>
3) отдых, рекреация и отпуск	<input type="checkbox"/>	7) религиозные цели (паломничество)	<input type="checkbox"/>
4) посещение друзей и родственников	<input type="checkbox"/>	8) другие _____	_____
Иммиграционный статус			
Для служебных отметок			

Приложение 3

Моделирование спроса на въездной туризм в России

Таблица П3.1

Список стран из выборки для моделирования спроса на въездной туризм

1. Алжир	40. Доминиканская Республика	78. Латвия	115. Катар
2. Ангола	41. Эквадор	79. Ливия	116. Румыния
3. Аргентина	42. Египет	80. Лесото	117. Руанда
4. Армения	43. Эль Сальвадор	81. Либерия	118. Саудовская Аравия
5. Австралия	44. Экваториальная Гвинея	82. Литва	119. Сенегал
6. Австрия	45. Эстония	83. Люксембург	120. Сербия
7. Азербайджан	46. Эфиопия	84. Макао	121. Сейшелы
8. Бахрейн	47. Фиджи	85. Македония	122. Сьерра Леоне
9. Бангладеш	48. Финляндия	86. Мадагаскар	123. Сингапур
10. Беларусь	49. Франция	87. Малави	124. Словакия
11. Бельгия	50. Габон	88. Малайзия	125. Словения
12. Бенин	51. Гамбия	89. Мали	126. Южная Африка
13. Бутан	52. Германия	90. Мальта	127. Испания
14. Боливия	53. Грузия	91. Мавритания	128. Шри Ланка
15. Босния и Герцеговина	54. Гана	92. Маврикий	129. Судан
16. Ботсвана	55. Греция	93. Мексика	130. Швеция
17. Бразилия	56. Гватемала	94. Молдова	131. Швейцария
18. Болгария	57. Гвинея	95. Монголия	132. Тайвань
19. Буркина Фасо	58. Гвинея Биссау	96. Черногория	133. Таджикистан
20. Бурунди	59. Гайана	97. Марокко	134. Танзания
21. Камбоджа	60. Гаити	98. Мозамбик	135. Таиланд
22. Камерун	61. Гондурас	99. Намибия	136. Того
23. Канада	62. Гонконг	100. Непал	137. Тринидад и Тобаго
24. Центральная Африканская Республика	63. Венгрия	101. Нидерланды	138. Тунис
25. Чад	64. Исландия	102. Новая Зеландия	139. Турция
26. Чили	65. Индонезия	103. Никарагуа	140. Туркменистан
27. Казахстан	66. Ирландия	104. Нигер	141. Уганда
28. Китай	67. Израиль	105. Нигерия	142. Украина
29. Колумбия	68. Италия	106. Норвегия	143. ОАЭ
30. Республика Конго	69. Индия	107. Оман	144. Соединенное Королевство
31. Коста-Рика	70. Ямайка	108. Пакистан	145. США
32. Кот Д'Ивуар	71. Япония	109. Панама	146. Украина
33. Хорватия	72. Иордания	110. Папуа Новая Гвинея	147. Уругвай
34. Куба	73. Кения	111. Парагвай	148. Узбекистан
35. Кипр	74. КНДР	112. Перу	149. Венесуэла
36. Чешская Республика	75. Корея	113. Филиппины	150. Вьетнам
37. Дания	76. Кувейт	114. Португалия	151. Замбия
38. Джибути	77. Кыргызстан		
39. Лаос			

Таблица ПЗ.2

Результаты анализа выборки результирующей переменной спроса на въездной туризм в
Россию на наличие выбросов

Выбросы. Целевой элемент: TOURISTS

ID записи	TOURISTS	Расстояние Кука
27	1 106 500,00	4,120
51	408 564,00	0,133
65	69 482,00	0,072
63	47 017,00	0,067
70	66 527,00	0,051

Записи с большими значениями расстояния Кука оказывают сильное влияние на результаты оценки модели. Такие записи могут снизить точность подгонки модели.

где 27 – Китай, 51 – Япония, 63 – Индия, 65 – Иран, 70 – Украина.

Таблица ПЗ.3

Оценка регрессии спроса на въездной туризм в России по данным 147 стран за 2017 год
методом наименьших квадратов

Модель 3: МНК, использованы наблюдения 1–147 ($n = 131$)

Исключено пропущенных или неполных наблюдений: 16

Зависимая переменная: $\ln_TOURISTS$

	Коэффициент	Ст. ошибка	t–статистика	P–значение	
$\ln_TOURISTS_1$	0,911865	0,0285040	31,99	4,76e–62	***
\ln_GNI	0,111578	0,0359795	3,101	0,0024	***
\ln_unemp	–0,0894685	0,0511638	–1,749	0,0828	*
\ln_curr	0,0682846	0,0216470	3,154	0,0020	***
\ln_hours	–0,138672	0,0807359	–1,718	0,0883	*
visa	0,278260	0,121559	2,289	0,0238	**
Среднее зав. перемен					
		7,057968			
Ст. откл. зав. перемен					
		2,976399			
Сумма кв. остатков					
		28,95842			
Ст. ошибка модели					
		0,481318			
Нецентрированный R–квадрат					
		0,996228			
Центрированный R–квадрат					
		0,974855			
F(6, 125)					
		5502,473			
P–значение (F)					
		7,0e–149			
Лог. правдоподобие					
		–87,01941			
Крит. Акаике					
		186,0388			
Крит. Шварца					
		203,2900			
Крит. Хеннана–Куинна					
		193,0487			

Тест Чоу для структурных изменений в точке tourism –

Нулевая гипотеза: нет структурной разницы

Тестовая статистика: $F(7, 118) = 2,51177$

p–значение = $P(F(7, 118) > 2,51177) = 0,0192179$

Критерий Фишера

$F(6, 125)$

Правосторонняя вероятность = 0,05

Дополняющая вероятность = 0,95

Критическое значение = 2,1719

Тест Рамсея (RESET) –

Нулевая гипотеза: спецификация адекватна

Тестовая статистика: $F(2, 123) = 3,70409$

p–значение = $P(F(2, 123) > 3,70409) = 0,0674105$

Приложение 4

Кластерный анализ въездного туризма в России

Рисунок П4.1

Одномерная ящичная диаграмма для переменной TOURIST на основе выборки по данным из 81 субъекта РФ



где 28 – Санкт-Петербург, 76 – Приморская край, 18 – Москва, 32 – Краснодарский край, 59 – Свердловская область.

Таблица П4.1
Агломерация иерархического метода кластеризации

Порядок агломерации (кластеров)

Этап	Объединенный кластер		Коэффициенты	Этап первого появления кластера		Следующий этап
	Кластер 1	Кластер 2		Кластер 1	Кластер 2	
1	36	78	,500	0	0	35
2	6	77	,999	0	0	37
3	43	72	1,499	0	0	42
4	7	11	1,998	0	0	28
5	28	62	2,497	0	0	25
6	73	76	2,997	0	0	14
7	5	8	3,496	0	0	39
8	13	25	3,995	0	0	22
9	59	68	4,494	0	0	26
10	67	74	4,992	0	0	40
11	21	58	5,490	0	0	43
12	61	65	5,988	0	0	24
13	23	64	6,484	0	0	39
14	24	73	6,981	0	6	37
15	4	15	7,477	0	0	23
16	33	55	7,972	0	0	49
17	47	49	8,467	0	0	29
18	56	60	8,961	0	0	59
19	2	26	9,454	0	0	47
20	37	52	9,947	0	0	33
21	29	45	10,439	0	0	43
22	13	44	10,931	8	0	47
23	1	4	11,423	0	15	44
24	22	61	11,915	0	12	36
25	27	28	12,405	0	5	48
26	42	59	12,895	0	9	31
27	63	75	13,383	0	0	35
28	7	35	13,870	4	0	44
29	9	47	14,353	0	17	55
30	16	32	14,836	0	0	50
31	42	48	15,318	26	0	54
32	30	54	15,800	0	0	62
33	37	46	16,282	20	0	59
34	3	18	16,763	0	0	57
35	36	63	17,244	1	27	53
36	22	38	17,725	24	0	40

37	6	24	18,205	2	14	56
38	19	71	18,685	0	0	46
39	5	23	19,164	7	13	52
40	22	67	19,642	36	10	69
41	12	31	20,121	0	0	64
42	14	43	20,597	0	3	64
43	21	29	21,072	11	21	61
44	1	7	21,545	23	28	60
45	50	70	22,017	0	0	65
46	19	66	22,488	38	0	68
47	2	13	22,958	19	22	60
48	27	39	23,429	25	0	53
49	33	53	23,896	16	0	62
50	16	41	24,352	30	0	67
51	10	20	24,800	0	0	65
52	5	17	25,236	39	0	67
53	27	36	25,671	48	35	66
54	42	57	26,106	31	0	61
55	9	51	26,527	29	0	63
56	6	69	26,935	37	0	66
57	3	34	27,340	34	0	58
58	3	40	27,732	57	0	69
59	37	56	28,119	33	18	63
60	1	2	28,492	44	47	70
61	21	42	28,841	43	54	68
62	30	33	29,189	32	49	72
63	9	37	29,502	55	59	71
64	12	14	29,784	41	42	71
65	10	50	30,054	51	45	72
66	6	27	30,257	56	53	73
67	5	16	30,438	52	50	70
68	19	21	30,607	46	61	74
69	3	22	30,752	58	40	75
70	1	5	30,569	60	67	76
71	9	12	30,055	63	64	73
72	10	30	29,439	65	62	74
73	6	9	28,427	66	71	75
74	10	19	27,148	72	68	76
75	3	6	24,105	69	73	77
76	1	10	16,356	70	74	77
77	1	3	1,120	76	75	0

Рисунок П4.2

Дендограмма с использованием метода Варда

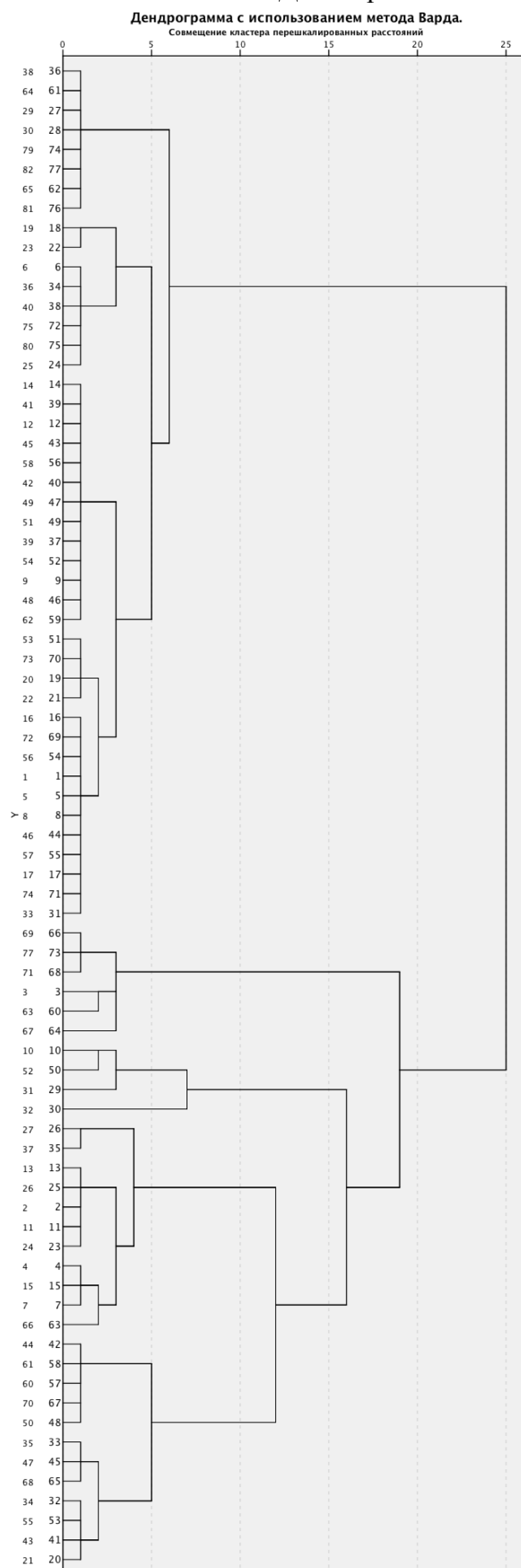


Таблица П4.2

Состав кластеров субъектов России на рынке въездного туризма

1 кластер	2 кластер	3 кластер
Московская область	Белгородская область	Архангельская область
Республика Крым	Брянская область	Вологодская область
Нижегородская область	Владимирская область	Волгоградская область
	Воронежская область	Ростовская область
	Ивановская область	Республика Дагестан
	Калужская область	Республика Башкортостан
	Костромская область	Республика Татарстан
	Курская область	Пермский край
	Липецкая область	Самарская область
	Орловская область	Тюменская область
	Рязанская область	Челябинская область
	Смоленская область	Красноярский край
	Тамбовская область	Иркутская область
	Тульская область	Кемеровская область
	Ярославская область	Новосибирская область
	Республика Карелия	Приморский край
	Республика Коми	
	Калининградская область	
	Ленинградская область	
	Мурманская область	
	Новгородская область	
	Псковская область	
	Республика Адыгея	
	Республика Калмыкия	
	Астраханская область	
	Севастополь	
	Республика Ингушетия	
	Кабардино-Балкарская	
	Республика	
	Карачаево-Черкесская	
	Республика	
	Республика Северная	
	Осетия-Алания	
	Чеченская Республика	
	Ставропольский край	
	Республика Марий Эл	
	Республика Мордовия	
	Удмуртская Республика	
	Чувашская Республика	
	Кировская область	
	Оренбургская область	
	Пензенская область	
	Ульяновская область	
	Курганская область	
	Амурская область	
	Республика Алтай	
	Республика Бурятия	
	Республика Тыва	
	Республика Хакасия	
	Алтайский край	
	Забайкальский край	

Омская область
Томская область
Республика Саха
Камчатский край
Хабаровский край
Магаданская область
Сахалинская область
Еврейская автономная
область
Чукотский автономный
округ